

Å være ung i Groruddalen

Konge i klasserommet eller skolegården? Forventninger knyttet
til akademisk og sosial suksess

Said hersi



Masteroppgave i pedagogikk

Allmenn studieretnings

Høst 2012

Utdanningsvitenskapelig fakultet, Pedagogisk forskningsinstitutt

UNIVERSITETET I OSLO

Dato 23.11.2012

I. Sammendrag

TITTEL:

Konge i klasserommet eller skolegården? Forventninger knyttet til akademisk og sosial suksess

AV:

Said Hersi

EKSAMEN:

Masteroppgave i pedagogikk
Allmenn studieretning

SEMESTER:

Høst 2012

STIKKORD: Sosiale forventninger, sosial identifikasjon, identitet, ungdomskultur, populærkultur, risikosamfunnet, sosialisering, "nerd", "kul", intelligens, street smarts, book smarts, media, symboler, sosiale strukturer, livsverden

Er akademisk suksess og sosial status forenlige, eller er dette to ulike diskurser som ikke er det? Ungdomstiden er en tid preget av individets søken etter en plass i en større sosial kontekst, og ungdommer er avhengige av å tilhøre et felleskap for å skape en positiv selvfølelse og et godt selvbilde (Øia, Krange, 2005). Er det dermed viktigere med sosial tilhørighet blant jevnaldrende enn det er akademisk suksess på skolen? Kommer ungdommens verdier i klinsj med skolens tradisjonelle verdier, og hvis dette er tilfellet hvordan navigerer ungdommer seg gjennom dette spenningsfeltet mellom læring kontra sosial status. Bakgrunnen for valget av en slik problemstilling er på grunn av minner fram min egen tid på ungdomsskolen der noen elever vektla sosial status fremfor akademisk suksess, samt eksempler på det samme under utplasseringen min ved et Oslo skole som et led i utdanningen for to år siden. Derfor ville jeg avdekke om slike negative holdninger til skolen fortsatt gjør seg gjeldende blant andeler av ungdommer i dag.

Jeg har intervjuet 9 elever ved en ungdomsskole i Groruddalen for å avdekke slike spørsmål er relevante. Teoriene jeg har valgt ut er basert på data og observasjon, og bakgrunn av dette vil jeg generalisere og konstruere teori i henhold til teorikonstruksjon hos Lund (2002). Metoden jeg tok i bruk var en kvalitativ undersøkelse basert på intervjuer som både var halv strukturerte og gikk i dybden på spørsmål gjennom probing og tilleggsspørsmål. Jeg har tatt i bruk denne metoden for å forstå og beskrive hvordan ungdom konstruerer sin livsverden og tar i bruk sosiale og kulturelle verktøy i møte med utfordringene på skolen, både akademisk og sosialt. Et sentral tema er utviklingen av en alternativ form for intelligens blant ungdom, street smarts og hvordan dette er med å konkurrere med skolen tradisjonelle diskurs. Andre sentrale temaer er identitet, sosiale forventninger, klassemiljø, ungdomskulturer, populærkultur og sosial identifikasjon er sentrale for denne besvarelsen. Jeg har sett på påvirkningskraften på unge av ulike ungdomsfenomener slik som Jay-Z sin proklamasjon om å "change clothes", hvordan artister som Run DMC bruker klær som meningsfulle symboler, røyking som et ungdomsfenomen, stereotypiske kollektive fremstillinger av "nerder" og "kule" innenfor populærkultur. Negative holdninger og fremstillinger av skolen gjennom musikk og tv, samt hvordan unge i dagens moderne samfunn bruker forbruksvarer for å signalisere deres livsstil. Samt belyser jeg hvordan læringsmiljøet på skolen kan være med på å fremme elevers lyst for skolearbeid, eller marginalisere elever, og sende dem i retning av devaluering av skolens pedagogiske diskurs. I ungdomsårene har individet mye større mulighet enn tidligere til å velge hvem de vil være sammen med og hva de ønsker å gjøre. Disse valgene omfatter de ulike faktorene ved individets totale livsstil slik som utdanning, fritidsinteresser og sitt forhold til familie (Aagre, 2003). Dagens moderne samfunn er et risikosamfunn der ungdom trenger å ha literacy, eller være kompetente innenfor flere ulike arenaer enn tidligere. Kategoriene jeg har valgt i henhold til metode er i samsvar med teoriene som har blitt fremstilt i oppgaven og dekker deltakernes syn på merkelapper slik som begrepet "nerd". Deres syn på intelligens i henhold diskursene knyttet til begrepet "smart", betydningen av klær som meningsbærende symboler og deres syn på popularitet. I tillegg til viktigheten av sosiale medier og vennegjengen i ungdomsårene. Informantene som deltok i undersøkelsen var veldig forskjellige,

både som personer men også verdier, holdninger og interesser. Noen var skoleflinke mens andre var skoletrøtte men til felles var den en slags konsensus og en overall enighet på betydningen og viktigheten når det gjelder de fleste kategoriene.

Mine funn består av at det er mulig å både være flink på skolen, og inneha høy status, dette er dermed to faktorer som er forenlige. Alle informantene er enige i påstanden om at det er mulig å gjøre det bra på skolen uten å være en "nerd" og at det er mulig å være populær og gjøre det bra på skolen. Street smarts og book smarts er to ulike diskurser som innehold ulike verdisett men på bakgrunn av svarene til informantene kan det begrunnes at en kan inneha begge disse diskursene. Løsningen på forskningsspørsmålet ligger i individets ulike identiteter siden et individ har flere identiteter, er medlem av flere ulike sosiale grupper og ulike livsverdener. Livsverdener er en kollektiv referanseramme består av kunnskapen elever lærer utenfor skolen gjennom blant annet populærkultur, gjennom rollemodeller, fra venner eller fra andre hold. Jeg vurderer disse faktorene, slik som identitet som sosial konstruerte dermed er de ikke statisk men heller fluide, og i konstant tolkning og vurdering i forhold til ulike sosiale strukturer. Kroppslige uttrykk blir brukt av ungdom for å uttrykke identitet og livsstil, samt utformingen av en digital identitet som kan føre til status blant jevnaldrende. Dermed kan ungdommer kan verdsette ulike diskurser i forskjellige sosiale situasjoner eller kontekster, altså kan en verdsette sosial interaksjon i friminuttene men samtidig klare å fokusere på å gjøre det bra akademisk under skoletimene. For å kunne yte sitt beste på skolen, både sosialt og faglig er nødvendig å få sine fysiologiske behov dekket. Dersom elever ikke føler seg anerkjent av skolen, eller av medelever kan dette føre til marginalisering fra skolen, og større fokus på å gjøre det bra på andre områder for å verne om sin selvoppfatning. Elever trenger et klassemiljø som stimulerer akademisk fremgang og sosiale interaksjoner. Det er gjennom å føle seg trygg på seg selv, anerkjent, og å tilhøre en vennegjeng eller sosial gruppe som kan føre til en positiv selvoppfatning hos individet. Dette er spesielt viktig i ungdomsårene som er preget av usikkerhet, trangten til sosial tilhørighet og utviklingen av en sosial identitet.

II. Forord

Jeg vil gjerne takke personene som har hjulpet meg slik at denne oppgaven kunne materialisere.

- ❖ Først og fremst veilederen min Solveig Roth som har hjulpet gjennom hele prosessen, bidratt med faglig kunnskap, veiledning og råd. Beklager at de noen ganger tok lange mellomrom for å kontakte deg for veiledning. Ikke minst tusen takk, jeg hadde ikke klart å fullføre denne oppgaven uten din hjelp.
- ❖ Takk til assisterende rektor og ledelsen ved ungdomsskolen som gav meg tillatelse til å intervju elevene deres til denne oppgaven.
- ❖ Takk til elevene som deltok i undersøkelsen
- ❖ Venner som har støttet meg gjennom denne langvarige, og til tider veldig frustrerende prosessen
- ❖ Familien min som har gitt meg verdiene og holdningene til å prioritere utdanningen og sørge for å bli ferdig

Denne oppgaven markerer slutten på mange år ved Universitetet i Oslo der jeg innledet studiene mine høsten 2006 som en 19åring som var veldig usikker på hvor jeg ville hen i livet. Studiene har vært en lang reise preget av mye usikkerhet, frustrasjon men også glede og viktige livserfaringer. Det var en tid jeg ikke trodde jeg skulle klare å bli ferdig med studiene men nå har jeg nådd målet jeg satte meg fra starten. Herfra går ferden videre til nye utfordringer der jeg vil ta i bruk erfaringene, ferdighetene, og det kulturelle skattekammeret som jeg har tilegnet meg under studietiden.

Said Hersi, Oslo, November 2012

III. Bakgrunn for valg av oppgave

"Dagens ungdom er omsluttet av en mediekultur og ungdomskultur som setter skolen i skyggen av det som for dem er det *virkelige livet*" (Imsen, 2005:132).

I løpet av praksisperioden som et ledd i lærerutdanningen var jeg utplassert på en ungdomsskole i Oslo våren og høsten 2010 der møtte jeg et kjent syn fra min tid på ungdomsskolen, elever som syntes at sosialisering og interaksjon med medelever var viktigere enn akademiske prestasjoner. Under timen var noen elever slappe og ikke villige til å delta aktivt, men under friminuttene virket det som de våknet til live. Slik ble skolen nærmest et sted for å møte sine venner og ha det gøy og ikke en arena for læring for noen elever. Dette minte meg om min tid på ungdomsskolen der begrep slik som "skolelys" var regnet som negativt blant en del elever og ble assosiert med elever som foretrakk akademiske prestasjoner og skolearbeid fremfor sosial interaksjon med jevnaldrende. Dersom en gjorde det bra på en prøve var det ikke uvanlig å bortforklare dette med at "jeg hadde flaks" eller lignende, selv husker jeg et par situasjoner hvor jeg har gjort det samme. Derimot, hvis noen gjorde det dårlig på skolen var det heller ikke uvanlig å bortforklare dette med å si "jeg bryr meg ikke så mye om skolen", en nederlagsreducerende strategi for å verne om sin selvoppfatning. Å være veldig flink på skolen var et stempel man ikke ville ha blant de "tøffe" eller de idrettsflinke guttene da jeg gikk på ungdomsskolen. Under min tid på ungdomsskolen var det et par situasjoner der jeg så andre elever bruke gode skoleresultater til å sette spørsmålstegn ved andres maskulinitet og kulturelle bakgrunn. Med andre ord var det et annet sett med verdier eller en standard som det var viktig å score høyt på, men dette var ikke alltid forenlig med å gjøre det bra på skolen blant noen elever. Derfor ville jeg finne ut hva som ligger til grunne for slike holdninger, hvorfor utvikles slike negative holdninger til skolen blant elever. Hvorfor noen ikke syntes det var "kult" å gjøre det bra på skolen? Siden jeg selv gikk på en ungdomsskole i Groruddalen ville jeg avdekke om slike holdningene fortsatt er gjeldende blant ungdommer i området idag. Eller om det var mulig å forene akademisk suksess uten å måtte tape sosial status blant jevnaldrende.

IV. Problemstilling

Å være ung i Groruddalen: Konge i klasserommet eller skolegården?

Forventninger knyttet til akademisk og sosial suksess.

Med denne problemstillingen ønsker jeg å avdekke om det er mulig å forene akademisk suksess med sosial status ved en ungdomsskole i Groruddalen. Om det er mulig å være populær og samtidig være flink på skolen, samt om det er mulig å være flink på skolen uten å bli regnet som en "nerd". Videre vil jeg se på hvordan ungdommene manøvrerer seg gjennom dette spenningsfeltet med læring kontra status eller om det i det hele tatt eksisterer et slikt spenningsfelt. Dette gjelder ikke bare på skolen, men også hvordan sosiale medier slik som Facebook de siste årene har vokst frem som en viktig samhandlingsarena for ungdommer. Dermed vil jeg se på kunnskapen som ungdommer tar med seg utenfra, altså fra populærkultur, sosiale medier, vennegjengen eller andre arenaer og bruker denne kunnskapen på skolen både for å utforme sin sosiale men også sin akademiske identitet.

V. Fremgangsmåte

Identitet er et sentralt tema i denne oppgaven, derfor vil jeg innlede oppgaven ved å se på ulike identitetsteorier og aspekter ved identitet, og se på hvordan dette er sentralt for å utvikle individets normer og verdier. Samt hvordan utviklingen av identitet er en sosial prosess som skjer i samspill med selvet, andre mennesker i sin omgangskrets og sosiale strukturer. Deretter vil jeg se på hvordan ulike sosiale forventninger, og forventningspresset som unge føler i dagens risikosamfunn. Hvordan dette krevet kompetanse innenfor flere ulike arenaer enn tidligere samt har svekket tradisjonelle bånd og ført til økt individualisme, som igjen har gitt unge større frihet til å "skape seg selv". Jeg har valgt en tekst av Stanton Wortham for å belyse hvordan medelever, og klassesituasjonen kan være med på å forme både den sosiale og akademiske identiteten til en elev. Deretter vil jeg se på hva som kjennetegner et trygt klasserom for legger til grunn for sosial og akademisk utviklingen. Samt se på marginalisert ungdom, og hvordan røyking oppstår som en avvikende og rebelsk ungdomsfenomen. Videre vil jeg kontrastere to ulike diskurser knyttet til intelligens, såkalt book smarts og street smarts, samt belyse forholdet mellom populærkultur og skole. Hvordan populærkultur har lagt til grunn for en global ungdomskultur, og gjøre rede for hvordan populærkulturelle fremstillinger og mediefigurer kan påvirke ungdom. Blant annet gjennom Jay-Z sin proklamasjon til unge hip hop fans om å "change clothes". Jeg vil også vise hvordan en moderne ungdomskultur har vokst frem som et resultat av dagens teknologi og rollen som massemediene spiller i utformingen av ungdomskulturer. Deretter vil jeg fokusere på skolen, hvordan skolen fungerer både som en sosial og en læringsarena, viktigheten av vennegjengen og hvordan sosial ekskludering og sosiale merkelapper påvirker ungdom negativt psykisk. Videre vil jeg se på moderne ungdom som forbrukere ved å belyse hvordan de bruker forbruksvarer og kroppslige uttrykk for å uttrykke hvem de er som personer og deres livsstil. Hvordan disse symbolene tolkes av andre og relateres til ulike livsverdener, som beskriver en kollektiv referanseramme delt av venner og bekjente. Deretter vil jeg legge frem metodene jeg har tatt i bruk under min kvalitative undersøkelse, og begrunne hvilke valg mine valg i henhold til metoden. Til slutt vil jeg analysere mine funn og svare på mitt forskningsspørsmål.

Innholdsfortegnelse

FORORD

s: I-III	I. SAMMENDRAG
s: IV	FORORD
s: V	BEGRUNNELSE FOR VALG AV OPPGAVE
s: VI	PROBLEMSTILLING
s: VII	FREMANGSMÅTE

KAPITEL 1

ULIKE PERSPEKTIVER PÅ IDENTITET

s: 14	1.1 IDENTITET
s: 15-16	1.2 PERSONLIG OG SOSIAL IDENTITET
s: 16-17	1.3 IDENTITETSKONSTRUKSJON SOM EN SOSIAL PROSESS
s: 17	1.4 AKTØRER
s: 17-18	1.5 IDENTITET I UNGDOMSÅRNE
s: 18	1.6 DIGITAL IDENTITET
s: 19	1.7 RIKTIG KONTEKST
s: 19-20	1.8 SYMBOLER
s: 20	1.9 AKADEMISK IDENTITET

KAPITEL 2

SOSIALE FORVENTNINGER

s: 21	2.1 SOSIALE STRUKTURER
s: 21-22	2.2 ØKT INDIVIDUALISERING
s: 22-23	2.3 GEMEINSCHAFT OG GESSELLSCHAFT
s: 23-24	2.4 RISIKOSAMFUNNET
s: 24-25	2.5 UNGDOMMER I RISIKOSAMFUNNET
s: 25-26	2.6 ZIEHE OG POST AVTRADISJONALISERING
s: 26-27	2.7 FORVENTNINGSPRESSET
s: 27-28	2.8 FORHOLDET MELLOM ROLLER OG IDENTITET
s: 28	2.9 NERD
s: 28-29	2.10 STEREOTYPISKE FREMSTILLINGER AV GUTTER OG JENTER
s: 30	2.11 MAURICE I MIDTEN
s: 31	2.12 ROLLE OG STATUS
s: 31-32	2.13 JEVNALDERGRUPPENS VERDIER
s: 32	2.14 LÆRERENS ANSVAR

KAPITEL 3

DET TRYGGE KLASSEROMMET

s: 33	3.1 KLASSEMILJØ
s: 33-34	3.2 KLASSEROMMET
s: 34-35	3.3 DÅRLIGE KLASSELEDELSE
s: 35	3.4 NEDERLAGSREDUSERENDE STRATEGIER
s: 36	3.5 LÆRT HJELPELØSHET

s: 36-37
s: 37-38
s: 38
s: 39

3.6 SELVTILLIT
3.7 MOTIVASJON
3.8 MASLOWS BEHOVSPYRAMIDE
3.9 MARGINALISERING

KAPITEL 4

RØYKING SOM ET UNGDOMSFENOMEN

s: 40
s: 41

4.1 RØYKING BLANT UNGDOM
4.2 RØYKERE ER KULE

KAPITEL 5

STREET SMART VERSUS BOOK SMART

s: 42
s: 42-43
s: 43-44
s: 44-45
s: 46-48
s: 48-49
s: 49-50
s: 50
s: 51

5.1 SOSIALT LADET BEGREPET
5.2 PEDAGOGISK DISKURS
5.3 DEN ALTERNATIVE DISKURSEN
5.4 ULIKE SYN PÅ INTELLIGENS
5.5 UFORMELL OG FORMELL LÆRING
5.6 SKJERMET SOSIALISERING
5.7 MOTLÆRING
5.8 KNOWING THAT ELLER HOW
5.9 BERNSTEINSPEDAGOGISKE KODER

KAPITEL 6

SKOLENS VERDIER I KAMP MOT UNGDOMSKULTUR

s: 52
s: 52-53
s: 53-54

6.1 FOUCAULT OM SKOLEN OG MAKT
6.2 FORBUD MOT CAPS OG JAKKE
6.3 EXPRESS YOURSELF

KAPITEL 7

UNGDOMSKULTUR

s: 55
s: 55-56
s: 56-57
s: 57-58
s: 58-59
s: 59-60
s: 60-62
s: 62-63
s: 63-64
s: 64-65

7.1 HVA ER UNGDOMSKULTUR
7.2 KULTUR
7.3 MODERNE UNGDOMSKULTUR
7.4 UNGDOMSKULTUR 2.0
7.5 LIVSSTILER
7.6 DAGENS TASTEMAKERS
7.7 CHANGE CLOTHES
7.8 MODELLÆRING
7.9 SOSIAL PÅVIRKNINGSKRAFT
7.10 SOSIALT LADET BEGREPET

KAPITEL 8

POPULÆRKULTUR

s: 66-67

8.1 FORHOLDET MELLOM POPULÆRKULTUR OG SKOLE

s: 67-68

8.2 NEGATIVE FREMSTILLINGER AV SKOLEN I POPULÆRKULTUR

s: 68-69

8.3 THE COLLEGE DROPOUT

s: 70

8.4 ANOTHER BRICK IN THE WALL

s: 70

8.5 NO SURRENDER

KAPITEL 9

MEDIA

s: 71-72

9.1 DIGITALISERT MEDIA

s: 72

9.2 GLOBALISERING

s: 72-73

9.3 SOSIALE MEDIER

s: 73-75

9.4 FACEBOOK – ET ONLINE SAMFUNN

KAPITEL 10

SKOLEN SOM EN SOSIAL ARENA

s: 75

10.1 ORGANISERT SOSIALISERING

s: 75-76

10.2 SOSIALISERING OG LÆRING, TO ULIKE PROSESSER?

s: 76-77

10.3 AKADEMISK OG SOSIAL LÆRING OVERLAPPER

s: 77-78

10.4 AKADEMISKE OG SOSIALE MERKELAPPER

s: 79

10.5 SKOLEN SOM ET SOSIALT SYSTEM

s: 79-80

10.6 VENNEGJENGEN

s: 81-82

10.7 Å SKILLE SEG UT MEN SAMTIDIG PASSE INN

KAPITEL 11

SOSIAL IDENTIFIKASJON

s: 83

11.1 SOSIALE MERKELAPPER

s: 83-84

11.2 SYMBOLSKE MERKELAPPER

s: 84-85

11.3 BAUDRILLARD OG HYPER REALITET

s: 85-88

11.4 THE BREAKFAST CLUB

s: 88-89

11.5 DET GRUPPE STYRTE OG INDRESTYRTE MENNESKET

s: 89-90

11.6 SOSIALE SAMMENLIGNINGER

s: 90-91

11.7 NORMER OG VERDIER

KAPITEL 12

HVA VIL DET SI Å VÆRE KUL

s: 92

12.1 DEFINISJONEN AV BEGREPET

s: 92-94

12.2 SUBKULTURELL KAPITAL

s: 94-95

12.3 INSIDERS OG OUTSIDERE

s: 95	12.4 INSIDERE OG OUTSIDERE I SKOLESAMMENHENG
s: 95-97	12.5 FRESH PRINCE OF BEL AIR
s: 97-98	12.6 UNGE VERDIER I MØTE MED TRADISJONELLE VERDIER
s: 98- 99	12.7 SOSIAL AKSEPTABEL ATFERD
s: 99	12.8 VIKTIGHETEN AV MILJØ
s: 99-100	12.9 HABITUS
s: 100	12.10 KEEPING UP WITH THE JONESES

KAPITEL 13	KLÆR SOM MENINGSFYLTE SYMBOLER
-------------------	---------------------------------------

s: 101-102	13.1 MADISON SQUARE GARDEN
s: 102-103	13.2 IMAGE
s: 103-104	13.3 KLÆR FÅR ATTRIBUERT MENIG
s: 104	13.4 REFLEKTERTE KELSVALG
s:104-105	13.5 STIL
s: 105-106	13.6 LITERACY
s. 106	13.7 SWAG
s: 106-107	13.8 KLÆR SOM SYMBOLER PÅ UNGDOMSKOLEN

KAPITEL 14	UNGDOMMER KJØPER IKKE PRODUKTER MEN LIVSTILER
-------------------	--

s: 108	14.1 UNGE FORBRUKERE
s:108-109	14.2 KULTURELLE FORBRUKSVARER
s: 109-110	14.3 GLOBALISERT FORBRUKERKULTUR
s: 110-111	14.4 APPLE SIN FORSTÅELSE AV UNGDOMSKULTURER
s: 111-112	14.5 IPOD SOM EN KULTURELL ARTEFAKT
s: 112	14.6 DELTE VERDIER
s: 113	14.7 LIVSTILER I UTSTILLINGSVINDUET

KAPITEL 15	UNGDOMMERS LIVSVERDEN
-------------------	------------------------------

s: 114	15.1 LIVSVERDEN
s: 114-115	15.2 SOSIALE VERDENER
s: 115	15.3 KULTURELLE VIRKEMIDLER
s: 115-116	15.4 GESTER
s: 116	15.5 ARTEFAKTER
s: 116-117	15.6 FELLESKAP

KAPITEL 16	METODE
-------------------	---------------

s: 118	16.1 ANVENDT METODE
s: 118	16.2 POSTMODERNISTISK TILNÆRMING

s: 118-119
s: 119
s: 119-120
s: 120
s: 121
s: 121-122
s: 122

16.3 DET KVALITATIVE INTERVJUET
16.4 INTERVJUGUIDE
16.5 INTERVJUSTRUKTUR
16.6 UTVALGT AV INFORMATER
16.7 INNSAMLING AV DATA
16.8 ETISKE HENSYN
16.9 UNDERSØKELSE AV RELIABILITET OG VALIDTET

KAPITEL 17

ANALYSE AV RESULTATER

s: 123
s: 123-124
s: 124-125
s: 125-126
s: 126-127
s: 127-128
s: 128-129

17.1 BEGRUNNELSE FOR VALG AV KATEGORIER
17.2 HVA ER EN "NERD"
17.3 HVA BETYR INTELLIGENS
17.4 POPULARITET
17.5 KLESSTIL
17.6 SOSIALE MEDIER
17.7 VENNEGJENGEN

KAPITEL 18

ASVLUTTENDE TANKER

s: 130-131
s: 131-132
s: 132-133
s: 133-134

18.1 MINE FUNN
18.2 FORVENTNINGSPRESSET
18.3 THE ADOLESCENT SOCIETY
18.4 SOSIAL TILHØRIGHET

KAPITEL 19

VEDLEGG

s: 135-136
s: 137-140

19.1 GODKJENNELSE FRA NSD
19.2 LITTERATURLISTE

1. Ulike perspektiver på identitet

1.1 Identitet

Et sentralt punkt for utformingen av individets akademiske og sosiale handlinger er et resultat av identitet, som fungerer som basisen for hvordan mennesker utvikler ulike måter å være på. Ulike måter å se verden på og ulike måter å oppføre seg i ulike interaksjoner med andre mennesker. Identitet er et sett av meninger som definerer hvem en person er i henhold til de ulike rollene som en innehar og disse meningene er med på å definere karakteren til et individ.

Egenskapene som gjør en person til et individ omfatter personlige karakteristikk slik som et moral og verdisystem. Et individ har ulike roller i samfunnet, kan være medlem av ulike grupper, eller besitte partikulære karakteristikk som identifiserer personen som unik. Et individ vil knytte disse ulike meningene til sine ulike roller i samfunnet, som for eksempel kan være student, sønn og venn. Det samme prinsippet gjelder også medlemskap i grupper. Selv om alle er ulike og besitter kvaliteter som gjør dem unike, innehar alle personer meninger som de deler med andre medlemmer av samfunnet (Burke, Stets, 2009). Et individ sine ulike identiteter kan karakteriseres som ulike identitetssystemer, og slike systemer består av ulike identiteter som kommer til uttrykk i ulike situasjoner, for eksempel som en væremåte eller en holdning (Hoem, 2010). I løpet av sin hverdag vil en komme i interaksjon med ulike sosiale situasjoner eller forhold og hvordan en velger å delta i ulike sosiale sammenhengene er konstant under tolkning og evaluering. Noen sosiale forhold og situasjoner er mer fremtredende enn andre og kan føre til ulike dynamiske endringer i identitet (Worchel, Austin, 1986). Identitetsteori forsøker å beskrive hvordan individets ulike identiteter relaterer seg til personer en kommer i kontakt med. Hvordan disse identitetene påvirker individets atferd, følelser eller kommer til uttrykk. Samt hvordan de knytter individet opp mot samfunnet og gjør en om til et samfunnsmedlem. Ifølge Cooley (1902) kan det unike individet og samfunnet oppfattes som to sider av samme sak (Burke, Stets, 2009).

Motsetningen mellom det unike individ og et samfunnsmedlem kan forklares ut ifra begrepene personlig og sosial identitet.

1.2 Personlig og Sosial Identitet

Identitet består av to deler, hvordan du ser på deg selv og hvordan du blir sett på av andre. Scheier og Carver skiller mellom to deler av selvet, det private og det offentlige selvet. Førstnevnte, går på individets personlige og private tanker, følelser, verdier og lignende, mens det offentlige selvet går ut på hvordan andre mennesker ser på deg. Den private selvbevisstheten produserer atferd som har som mål å tilfredsstille dine personlige standarder, mens den offentlige delen av selvbevisstheten har som agenda å fremstille deg i et positivt lys i andres øyne. Dette kan gjøres blant annet gjennom å prøve å imponere folk med å koble deg selv til personer som er ansees som *kule* eller har en høy sosial stjerne (Hogg, Vaughan, 2008). Ifølge sosial identitetsteori består selvet av privat identitet for å fremstå som unike individer mens offentlig identitet reflekterer individets tilknytning til ulike sosiale grupper. Ifølge Tajfel (1978) defineres offentlig identitet som den delen av selvet som søker tilhørighet til sosiale grupper på grunn av verdiene og den emosjonelle signifikansens som hører med medlemskap i grupper. Jo sterkere den offentlige identiteten er, jo mindre viktig er den private identiteten og omvendt. Det er slik fordi delene av identiteten tilfredsstiller individets ønske om å oppnå en positiv selvoppfatning. Ønsket om oppnåelse av en offentlig identitet preger individets atferd i henhold til gruppens normer, men det er individet som er drivkraften bak å utforme sin offentlige identitet og gruppen fungerer som et verktøy for å oppnå et slikt mål (Worchel, Austin, 1986).

Durkheim bruker lignende distinksjoner for å skille mellom de to delene av selvet, men bruker begrepene personlig og sosial identitet. Hos Durkheim består den personlige identiteten av prosesser som bare passer til individet og hendelsene i livet til hvert gitte individ. Den sosiale identiteten inneholder de ideer og handlinger som vi bruker for å uttrykke oss. Det fungerer som en uttrykksform ikke for å vise vår individualitet, men for å vise hvilke grupper vi tilhører og ikke tilhører. Sammen danner personlige og sosiale identitet det Durkheim refererer til som "the duplex model of the self". Sagt annerledes, representerer sammensetningen av disse to delene den totale identiteten som en person innehar (Moore, 2004). Selvet består av en refleksiv prosess som muliggjør vår atferd og handlinger mens identitet beskriver den delen av oss som er uttrykt gjennom vår interaksjon og forhold til andre mennesker (Williams, 2011). Selvet blir til ifølge McCall og Simmons (1978) som et resultat av

hvordan vi ser oss på oss selv eller atferden som vi fremviser. Individet vil forstå seg på selvet sitt når en først begynner å vise den samme atferden eller begynner å se seg selv på samme måte som en ser på andre mennesker. Det er slik refleksiv atferd som er en av kjernene i selvet, og gjør det mulig for individet til å både opptre som et subjekt og som et objekt, eller som både konstruktør og fortolker (Burke, Stets, 2009). Selvet er dermed ikke medfødt men det dannes og utvikles ved at individet legger merke til andre menneskers reaksjoner på seg selv, slik blir selvet dannet gjennom erfaringene og interaksjonene vi har med andre mennesker, ifølge Mead (Hoem, 2010). En slik refleksivitet er basert på desentrering, altså evnen til å kunne ta i bruk et annet perspektiv enn sitt eget. Videre er en slik refleksivitet sentralt i det symbolske interaksjonisme perspektivet innenfor identitetsteori som Mead representerer. Det er viktig for et individ å ha en balanse mellom sine ulike identiteter samtidig som det er viktig å innse ulike forventninger kommer på kjøpet med de forskjellige rollene. Løsningen på disse forventningene får individer gjennom de sosiale strukturene, her kan individet velge mellom forskjellige idealer, normer og verdier og dette er med på å bringe den sosiale og personlige identiteten sammen (Miegel, Johansson, 1992). Både Turner (1982) og Erikson (1962) og identitetsteori for øvrig beskriver ikke identitet som et statisk element, men heller fungerer identitet som et dynamisk, variabelt og kontekstbasert fenomen som er i endring.

1.3 Identitetskonstruksjon som en sosial prosess

Symbolsk interaksjonisme vurderer konstruksjonen av identitet som en sosial prosess, som foregår i interaksjonen med andre mennesker. Det har vært en tendens innenfor psykologi å se på selvet som et mer eller mindre isolert og uavhengig fenomen, som i teorien kunne fungere på egenhånd. Dette står i kontrast til symbolsk interaksjonisme som ser på essensen av selvet som kognitivt og som en bruker for å internalisere samtaler for å kunne tenke. Det er gjennom kognitiv tankegang at individet kan utføre refleksive prosesser, derfor er selvet sosialt konstruert på samme måte som tankegangen er. Siden identitetskonstruksjonen er en sosial prosess, har et individ et selv bare i forhold til selvene til andre som er medlemmer av de samme sosiale gruppene. Dette forutsetter at selvet uttrykker eller reflekterer den generelle atferden som regnes som akseptabel av den sosiale gruppen, dette gjelder også hvert individ som er medlem av den gitte sosiale gruppen. Mead skiller mellom to typer

identiteter, på den ene siden finner vi det sosiale "meg", og på den andre siden har vi det handlende "jeg". Det sosiale "meg" kjennetegnes av påvirkningene verden eller omgivelsene rundt. På den andre siden så er det handlende "jeg", som kan beskrives som den delen av selvet som er reflektert og begår handlingene. Det handlende "jeg" reagerer på selvet, som konstrueres som et resultat av å påta seg holdninger og verdiene til sosiale grupper. Det er gjennom å ha internalisert disse normene og verdiene at det sosiale "meg" oppstår. Det er gjennom individets egenskap til å internalisere holdningene og verdiene fra ulike sosiale grupper eller det overordnede samfunnet, som gjør at individet utvikler en selvbevissthet (Mead, 1974). Slik er det en refleksiv sosial prosess som foregår. Denne refleksivitet foregår mellom det handlede "jeg" og det sosiale "meg" i form av at førstnevnte har evnen til å reflektere over sistnevnte, i form av å vurdere hvem en er som person og hvordan en ønsker å bli i fremtiden (Frønes, 1994).

1.4 Aktører

Ved å utføre ulike handlinger fungerer personer som aktører eller agenter. Begreper slik som individ, aktør, person eller agent refererer alle til mennesker. Sosiologer har forsøkt å lage en representasjon av verden slik som de oppfatter den og har forsøkt å bygge teorier for å gjøre rede for menneskelig atferd og interaksjonsmønstre. Det er gjennom slike teorier at aktøren fungerer som enheten som utfører handlinger eller uttrykker atferd. Distinksjonen mellom person og aktør er sentral i identitetsteori. En aktør fungerer som en identitet, og hver av et individs ulike identiteter fungerer som en aktør. Begrepet person eller individ fungerer som linken mellom de ulike aktørene som hvert individ innehar eller besitter (Burke, Stets, 2009).

1.5 Identitet i ungdomsårene

Ifølge Erikson vil det i ungdomstiden skje en normativ krise i identitetsdannelsen. Dette er et resultat av individet søker etter en plass i en større sosial kontekst og samtidig som identifiseringen med foreldrene ikke er tilstrekkelig lenger. Individet er avhengig av å tilhøre et felleskap for å skape en positiv selvfølelse og et godt selvilde (Øia, Krange, 2005). Den sosiale identiteten

utvikles i særlig grad i ungdomsårene, og disse årene bærer preg av at individet er bevisst på prosessen av sin egen identitetskonstruksjonen. I ungdomsårene har individet mye større mulighet enn tidligere til å velge hvem de vil være sammen med og hva de ønsker å gjøre. Disse valgene omfatter de ulike faktorene ved individets totale livsstil slik som utdanning, fritidsinteresser og sitt forhold til familie (Aagre, 2003). Ungdomsårene preges også av en desentralisering til familien mens jevnaldergruppen og mediefigurer spiller en større rolle i denne perioden av livet som et resultat av større frihet for individet.

1.6 Digital identitet

I dagens moderne samfunn har internett og sosiale medier stadig større påvirkningskraft på unge og disse teknologiske arenaene fungerer som en online setting hvor ungdom kan fremstille både sin personlige og sosiale identitet i henhold til de normene og verdiene som gjelder mellom ungdom online. For å bruke Manuell Castells sitt begrep nettverkssamfunnet blir "våre samfunn i tiltagende grad strukturer omkring den bipolære motsetningen mellom nettet og Selvet" (Castells, 1996:3 i Skogseth, Østerud, 2008). Dagens teknologi representert gjennom sosiale medier gir unge muligheten til å fremstille sin identitet både via flere ulike plattformer og foran flere ulike publikum ved bruken av ulike multimedia redskaper. En kan si at individet utvikler en *digital identitet* eller "a networked self" som beskrives av Papacharissi (2011). Som oppstår i samspillet mellom å fremstille seg selv slik en ønsker og påvirkningskraften individet utsettes for av sine omgivelser online. En digital identitet oppstår i kjølvannet av individets vurdering av seg selv og andre vurderinger av individet på bakgrunn av personens fremstilling online. Individet vil prøve å fremstille seg selv i et godt lys i henhold til hvilke normer og verdier som tilskrives sosial status på nettet. Derfor blir kulturelle ressurser slik som kroppslige og språklige uttryksmåter sentral i hvordan unge velger å fremstille seg selv online på sosiale medier. I utviklingen av et digitalt selv fungerer ungdom som både produsenter og respondenter av mediert kultur, slik fungerer sosiale medier som sosialt utformende på et individ og blir sosialt utformet av individer.

1.7 Riktig kontekst

I likhet med konsensusen i identitetsteori er Giddens og Ziehe enig i at det ikke finnes fastlåste identiteter. Det er mer riktig å snakke om at et individ kan skifte identitetsposisjoner ettersom hvilken kontekst de befinner seg i (Prieur, 2002). Derfor må den riktige konteksten brukes for å forstå meningen av et tegn, en handling eller en atferd som kan tyde på identitet, for eksempel klesstil. Dersom du ikke forstår den riktige konteksten, kan du heller ikke symbolet på identitet som en person fremviser. Slik som eksempel med Run DMC og Adidas skoene som blir brukt senere i oppgaven. Det kreves derfor en konstant strøm av symboler på identitet for å kunne klassifisere en elev blant de forskjellige sosiale identitetene som finnes (Wortham, 2006). Disse symbolene kan blant annet være atferd, normer og verdier og smak i populærkultur. Slik består identitet av blant annet av symboler og meninger som er knyttet til selvet.

1.8 Symboler

Et symbol får sin mening fra den sosiale konsensusen og er sosialt definert, disse meningene er delt og forstått på noenlunde samme måte av flere mennesker som deler samme kultur. Symboler vil dermed inneha den samme meningen for ulike individer, og dette gjelder som regel både individet som bruker symboler og individer som fortolker disse symbolene. Mening som oppstår i kjølvannet av et symbol er en respons til symbolet. Slik fungerer symboler som verktøy som individer tar i bruk for å opprette et syn på sine omgivelser som er i samsvar med andre individers ved å sette navn på ulike objekter. Og ved å kategorisere objekter som regnes som relevante for sosial interaksjon. Siden meningen bak symboler kan deles av flere mennesker, former symboler også forventet atferd av andre mennesker. Dersom et individ reagerer på et symbol som for eksempel et hakekors med avsky, vil dette individet anta at andre personer også vil reagere på den samme måten. Vygotsky var opptatt av hvordan individer tok i bruk ulike objekter og gjorde dem om til artefakter ved å tilskrive disse objektene en mening. Artefakter, i likhet med symboler, kan fungere som ressurser som et individ kan ta i bruk for å uttrykke en mening både for seg selv og andre personer (Holland et al, 1998). Språk fungerer som symbolsk kommunikasjon og ord er de viktigste og mest allsidige symbolene som vi

innehar, Symboler og språk er sentrale for å forstå interaksjonen som foregår mellom individet og samfunnet. Ved å observere både sosiale handlinger og interaksjon, ser vi at det foregår en bruk av både symboler og tegn. Individet bruker symboler slik som ord, språk og navngivingen av ting for å kunne delta i interaksjon med andre mennesker.

1.9 Akademisk Identitet

Akademisk identitet kan forstås som hvordan vi kan forstå hvem vi er, også innenfor skolen. Hvordan dette former vår oppfatning av hvilke ferdigheter vi har på skolen, samt hva som regnes som suksess på skolen (Hath, 2007). Skolen er en viktig arena for identitetskonstruksjon, det er gjennom de dominante diskursene på skolen vi lærer om oss selv og lærer om oss selv i forhold til medelever. Vår akademiske identitet består av hvordan vi ser på oss selv som lærende individer og hvordan vi blir sett på av andre. Viktig for den akademiske identiteten er de forventningene som stilles av skolen til elevene, både gjennom karakterer og atferd. Karakterer er viktige for elever på skolen, både for deres muligheter videre i livet men også for deres selvtillit. Angsten blant ungdommer knyttet til skolekarakterer kan blant annet tydelig sees i populærkultur gjennom TV serier og filmer. Disse populærkulturelle fenomenene hvis hvordan karakterer er direkte knyttet opp mot elevers selvtillit og deres selvverd. Elevene blir fremstilt som mer interessert i resultatet enn selvet læringen ettersom det er resultatet som determinerer deres muligheter for suksess i fremtiden (Fisher, Harris, Jarvis, 2008). Ifølge Jackson blir elever stilt overfor en dobbeltsosialisering som virker umulig å leve opp til. På en side skal ungdommenes oppførsel reguleres i kraft av ordensregler samtidig som det er forventet fra skolen sin side at elevene skal være aktive i forhold til lærestoffet (Imsen, 2005).

2. Sosiale forventninger

2.1 Sosiale strukturer

Ifølge Bakhtin, prøver en å forstå seg på verden rundt ved å forstå sitt miljø og bruker identitet som en respons på sitt miljø. Identitet er i konstant forandring, og blir påvirket av ulike faktorer som andre mennesker, sitt miljø og ulike diskurser. Disse påvirkningskreftene skaper kollektive meninger for ulike personer og dette skaper igjen en kollektiv livsverden (Holland et al, 1998). Identitet påvirkes av sosiale strukturer, både hvordan vi oppfatter oss selv og blir oppfattet av andre, samt hvordan vi oppfører oss, kler oss eller ter oss. For teoretikere som Coleman (1990), Stryker (1980, 2002), Burke og Stets (2009) er individuelle handlinger og sosiale strukturer et system basert på gjensidig påvirkning som knytter personen opp mot samfunnets karakteristikk (Burke, Stets, 2009). Sosiale strukturer handler også om hvilket forhold vi har til andre, enten disse er personlige forhold eller som medlemmer av sosiale grupper. Våre forhold i de sosiale strukturer er med på å forme vår identitet, oppfatninger og selvforståelse (Beck, 2009). Giddens regner sosiale strukturer som regler og ressurser som vi trekker på og vi jobber med å produsere og reprodusere samfunnets normer og verdier i våre handlinger (Miles, 2000:20). Dette er i samsvar Wertsch (1998) sitt syn på prosesser som læring og sosialisering fungerer som medier. Her fungerer unge verken som selvbestemte individuelle aktører eller som passive respondenter styrt av sine omgivelser. Konstruksjonen av ferdigheter, kunnskap og ressurser som unge har er et samspill med språklige og kulturelle virkemidler, samt teknologiske og historiske utviklede ressurser (Skogseth, Østerud, 2008). De sosiale utfordringene som unge står ovenfor å vurdere og forhandle har sitt utspring i fra to faktorer, individets referanseramme og den sosiale situasjonen. Og løsningene på disse utfordringene er i individets referanseramme og den sosiale situasjonen (Cohen, 1955 i Gelder, 2005).

2.2 Økt individualisering

Norbert Elias (1978, 1982) hevder at individer er knyttet sammen av gjensidig avhengighet ved å avvise at det finnes en dualisme mellom selvet og omgivelsene, individet er uatskillelig fra deres sosiale kontekster. Elias beskriver

et skift fra et samfunn basert på kollektive identiteter til et samfunn med fokus på individuelle sosiale identiteter men samtidig som individer er gjensidig avhengig av hverandre (Furlong, Cartmel, 2007). Tradisjonelle sosiale strukturer for ungdom har tidligere vært familien, vennegjengen, skolen, media og lignende men i dagens globaliserte verden har IT vokst seg så stor at unge i større grad kan velge sine sosiale strukturer. De fleste unge her til lands har tilgang til en pc, enten om dette er i hjemme, på skolen eller i fritidsklubber. Denne tilgangen til informasjon gir unge stor valgfrihet til å velge hvilke sosiale strukturer som de finner passende. Identitet er noe en selv er med på å aktivt konstruere og dagens globaliserte samfunn har gitt unge mer selvstendighet til å utforme sin egen identitet.

2.3 Gemeinschaft og Gesselschaft

Elias sin skildring om forskjellen mellom det moderne samfunn og tidligere epoker er i samsvar med Tønnies sine begreper om "Gemeinschaft" og "Gesselschaft". I likhet med Elias bruker Tønnies begrepene som ulike to samfunnsformer langs en historisk tidsakse, der "Gesselschaft" er den samfunnsformen som vokser frem i moderne tid. "Gemeinschaft" er beskrevet et tradisjonelt samfunn med fokus på kollektivism, og gjensidighet mellom folk. Det er en stor grad av personlige forhold basert på omfattende og dyptgående fortrolighet og kunnskap om hverandre. Kollektivismen i "Gemeinschaft" gjelder også delte ferdigheter, erfaringer og følelser mellom personer. I "Gesselschaft" derimot, er basert på individualisme i likhet med senmoderniteten, der menneskene fungerer som delindivider. Felleskapet og samholdet i "Gemeinschaft" er byttet ut med instrumentelle og overfladiske bånd mellom mennesker. Interaksjonene fungerer som tilbud og etterspørsel, der en både kjøper og selger ut ifra interessen for å maksimere egen gevinst. I "Gesselschaft" er motivet å verne om sin egeninteresse og dette kommer også til uttrykk hos de formelle institusjonene i samfunnet. Tønnies sitt skille mellom "Gemeinschaft" og "Gesselschaft" kan sammenlignes med Durkheim sine begrep om mekanisk og organisk solidaritet. Den mekaniske solidariteten kan sammenlignes med "Gemeinschaft" ettersom solidariteten her er basert på et allment forankret sett av normer som er både krevende gjensidig og tett omsluttende. Den organiske

solidariteten, i likhet med "Gessellschaft" karakteriseres ved normer som forankret på et individuelt nivå samt at normene er både løse og stadig skiftende (Hoem, 2010).

2.4 Risikosamfunnet

Teoretikere som Beck (1992, 2000), Giddens (1991), Sennett (1998) og Bauman (2001) har alle identifisert individualiseringsprosesser og risiko som tilknyttet det moderne samfunnet eller senmoderniteten. Disse prosessene og risikoene påvirker og har implikasjoner for både våre erfaringer som vi opplever i hverdagen men også våre representasjoner i forhold til divisjonen av sosiale grupper. Ifølge Cartmel og Furlong (2007) er livet i senmoderniteten er blant annet basert på en epistemologisk feilslutninger. Basert på et paradoks i senmoderniteten der de kollektive aspektene ved det sosiale livet har blitt svekket samtidig som de samme aspektene bidrar med viktige referanserammer som påvirker unges erfaringer og deres muligheter videre i livet. Resultatet av disse sosiale forandringene fører til at vi ser på den sosiale verden som uforutsigbar og fylt med risiko, som kun kan forhandles og løses på et individnivå selv om en avhenger av andre rundt seg til alle tider. Dagens samfunn har forandret veldig de siste tre tiårene, men inneholder fortsatt elementer av sosial reproduksjon og sjansene et individ har for å lykkes i påvirket av sosiale strukturer (Furlong, Cartmel, 2007). I "Risikosamfunnet" argumenterer Beck (1992) at den vestlige verden er vitne til en historisk transformasjon. Det industrialiserte samfunnet blir erstattet av en ny modernitet der det gamle vitenskapelige verdenssynet blir utfordret. Forutsigbarheter og karakteristiske egenskaper ved det industrialiserte samfunnet er truet av nye risikoer og muligheter. Verden blir oppfattet som et farlig sted hvor vi hele tiden blir satt overfor ulike risikoer. Dette fører til at individer blir nødt til å forhandle eller navigere seg gjennom ulike farer som dukker opp i hverdagen. Individets livsstil kommer til uttrykk i større grad i senmoderniteten som et resultat av at personer er nødt til å sette seg selv i sentrum og utvikle deres sosiale biografi, eller sosiale identiteter refleksivt. De blir oppmuntret til å skape et image, eller en sosial identitet siden kollektivet spiller en mindre rolle enn individualiteten. I alle aspekter av livet blir individet nødt til å velge mellom ulike muligheter, dette

gjelder blant annet de sosiale gruppene som en ønsker å bli identifisert med (Furlong, Cartmel, 2007). De sosiale prosessene som Beck beskriver i risikosamfunnet har mottatt støtte blant annet hos Giddens (1990, 1991) men med noen signifikante forskjeller. Giddens argumenterer i likhet med Beck, at senmoderniteten er karakterisert av en risikokultur der vi møter risikoer og usikkerheter i hverdagen som ikke fantes tidligere. Gjennom et slikt brudd med tidligere generasjoner fører med seg nye former for risiko, økt individualisering og nødvendigheten for refleksivitet (Øia, Krange, 2005). Disse risikoene er konsekvenser av forventningspresset individer blir utsatt for til å adoptere et individualistisk perspektiv. Innenfor risikokulturen er selvet refleksivt konstruert ettersom folk rundt prøver å tyde de mangfoldige tegnene eller symbolene som en uttrykker for å konstruere en sosial identitet (Furlong, Cartmel, 2007).

2.5 Ungdommer i risikosamfunnet

Unge opplever en personlig reise mot voksenlivet som kjennetegnes ved usikkerhet og mange ulike måter i senmoderniteten. De nye risikoer og utfordringer er signifikante nok til å endre spillereglene knyttet til å være ung. Ifølge Adams (1995) er individer sine ulike oppfatninger av risiko knyttet til ulike typer atferd basert på sosiale konstruksjoner, og er påvirket av erfaringer, normer og verdier tilknyttet til de sosiale gruppene som individet er medlem av (Furlong, Cartmel, 2007). På grunn av deres tilgang til massekommunikasjonsverktøy, slik som for eksempel tv, data, mobil og lignende, har unge utvidet deres horisonter og er ikke like bundet av tid og sted som tidligere. Digitale påvirkningskilder fungerer som en viktig i hverdagen, dette gjelder som både en normgivende instans og som en kilde for kunnskap (Hoem, 2010). Og massemediene som en viktig del av mennesker tilværelse i risikosamfunnet. Unges usikkerhet og risiko i senmoderniteten bygger på samspillet mellom ansvaret som de blir pålagt fra ulike hold på en side, og sårbarheten og mangelen på kontroll som unge opplever på den andre siden. Usikkerhet og tvil fører til de ulike aspektene ved den unges sosiale liv og den personlige identiteten henger i en tynn tråd og blir derfor konstant utsatt for nye tolkninger og reproduksjoner. Både Beck og Giddens ser på en slik utforming av identitet som bevis på at livet

er et refleksivt prosjekt. Der er en konstant blir nødt til å rekonstruere deres erfaringer, personlig og sosial identitet i henhold til de nye erfaringene som en gjennomgår. Ungdomsforskere har utviklet et biografisk perspektiv som et verktøy for å prøve å forstå konteksten av unges liv i senmoderniteten. Et slikt syn er basert på tolkninger av levde erfaringer og å vise hvordan sosiale strukturer blir produsert både gjennom handling og tolkninger. Problemene som unge mennesker møter har sine røtter i individets forsøk på å løse problemer av kollektiv art på et individuelt plan. En slik strategi ser bort ifra at folk er gjensidig avhengig av hverandre, og dersom en feiler med å løse dette problemet, vil det føre til at en holder seg selv ansvarlig for dette nederlaget (Furlong, Cartmel, 2007). Svekkelsen av tradisjonelle felleskap har ført til at livsstil og forbruk av materielle varer har blitt en sentral del i identitetskonstruksjonen hos unge. Selv om betydningen tradisjonelle sosiale klasser er svekket i risikosamfunnet, er forbruk som en sentral del av unges hverdag ikke helt urelatert til sosial klasse. Fritid, forbruksvarene og teknologien som er knyttet til fritid har blitt kommersialisert, dette har ført til at en del unge mangler ressursene til å konkurrere eller å delta. De mister også muligheten til å sosialisere med andre unge som innehar disse ressursene. Slik vil unge som ikke har muligheten eller ressursene til å delta i forbrukersamfunnet erfare kulturell og økonomisk eksklusjon (Furlong, Cartmel, 2007).

2.6 Ziehe og Post-avtradisjonisering

Hos Ziehe fører senmoderniteten med seg en post-avtradisjonisering hos unge, en prosess som fører med seg nye belastningssoner men som det også innebærer større individuell spillerom. Post-avtradisjonisering har en frigjørende effekt på unge i slik at de kan i større grad fokusere mer på deres egenverden i hverdagen. En slik kulturell frigjøring legger grobunn for ungdomskulturer på bekostning av voksenstyrte institusjoner slik som skole. Dette økte fokuset på fører med seg færre sosiale og kulturelle forpliktelser, som gir en økt ansvar i forhold til å foreta flere selvstendige sosiale avgjørelser, slik som utformingen av identitet. Individet må prøve å forstå verden i større grad ved hjelp av sitt subjektive filter og sette større lit til sin egenverden. Et av de viktigste aspektene ved post-avtradisjonisering er forholdet som oppstår mellom individets

egenverden og felleskulturen. Individets egenverden fungerer i samspill med felleskulturen, som er dominert av populærkulturen. Frigjøringen fra voksenstyrte institusjoner resulterer dagens unge vokser opp med andre verdier enn tidligere generasjoner (Ziehe, 2006). Ziehe sin teori om post-avtradisjonalisering er i samsvar med Giddens og Beck sine tanker om det moderne samfunnet. Individet blir i større grad ansvarlig for utformingen av sin livsstil, og blir stilt overfor et økt press for å foreta sosiale valg, å løse på egenhånd ved hjelp av sin egenverden.

2.7 Forventningspresset

Ungdom i dag merker forventningspresset fra flere ulike hold, samt de økte risikoer og utfordringer som hører til senmoderniteten. Forventninger er basert på de ulike normene og verdiene som er i samsvar med hvordan en skal oppføre seg i gitte posisjoner. Et forventningspresset der unge blir stilt overfor viktige valg på ulike områder kan føre til rolleforvirring, ifølge Erikson (1962).

Konsekvensene av rolleforvirring er at en ikke klarer å sette sammen et sammenhengende uttrykkelse av sin identitet. Individet sliter med å sette sammen de ulike identitetene og rollene til dannelsen av en helhet. Ifølge Erikson hører en rolleforvirring til ungdomsårene og er helt normalt.

Rolleforvirring er resultatet av ungdomsårenes raske sosiale endringer. I disse årene utvikles nye erfaringer og en voksen tankeevne hos individet som åpner for utviklingen av nye og konsolideringen av gamle identitet (Øia, Krangle, 2005). Dette hører til individualitetens dilemma i senmoderniteten der de forskjellige verdikonfliktene trekker unge i ulike retninger. Forventningspresset gjelder sosiale forventninger fra venner, familie og samfunnet for øvrig. Samtidig som de vurderes opp mot de akademiske forventningene fra både familie og skolens side. Ungdom blir stilt overfor ulike sosiale kontekster og roller som er krevende selv med identiteter som er flytende og skiftende. På skolen blir unge satt opp av forventninger knyttet til deres sosiale karakter, og deres læringsidentitet. Slik er skolen både en akademisk og en sosial arena. Samtidig som ungdom føler forventningspresset fra ulike hold setter de også forventninger og mål opp for seg selv. Disse forventningene og målene kan både være av akademisk og sosiale art. Dette være å bli sosialt anerkjent av jevnaldrende, å få bra karakterer, bli

populær, få mange venner og lignende (Schunk, Zimmerman, 2008). De sosiale forventningene som stilles til oss er et resultat av vår personlige og sosiale identitet, samt av sosiale strukturer. Unge kan bli sosialt identifisert av andre gjennom deres karakteristikk og deres atferd (Wortham, 2006). Videre spiller sosiale forventninger også inn når det gjelder både sosial identifikasjon og læringsidentitet, dette gjelder både fra læreren side og elevenes side. Disse gjelder forventningene eleven stiller til seg selv og gjennom medelevers øyne. Ifølge Mead ser vi oss selv ubevisst gjennom hvordan andre mennesker ser oss. Vi speiler oss i andres syn av oss (Mead, 1974). Ved å speile oss i andres øyne kan vi sammenligne oss om et objekt opp mot en standard eller et mål som regnes som ønskelig og en vil forsøke å leve opp til de ønskelige (Hogg, Vaughan, 2008).

2.8 Forholdet mellom roller og ulike identitet

Elevers identitet og roller kommer til uttrykk på skole siden dette er en arena for sosial interaksjon både mellom medelever, men også mellom elever og lærere. Ulike faktorer i sosialiseringprosessen påvirker det unge individet, blant annet latente egenskaper hos individet, personen sitt forhold til medelever og kulturelle disposisjoner. Slike kulturelle disposisjoner kan også være et resultat av populærkultur, disse er ulike faktorer som er aktive i sosialiseringprosessen og påvirker hverandre. Eleven har en akademisk identitet som kommer til uttrykk i en skolefaglig sammenheng, og eleven sin rolle er i en mellomposisjon mellom den personlige og sosiale identiteten. Som er henholdsvis er opptatt av å skille seg ut og å uttrykke en likhet med andre. Disse rollene er i samsvar med forventningene som er knyttet til en gitt sosial posisjon som en elev innehar, dette kan for eksempel være som skoleflick (Burke, Stets, 2009). Disse tre ulike identitetene utspiller seg på skolen og i klasserommet, der elever formes av hvordan de ser på seg selv sammen med hvordan andre ser på en i samspill med hvilke forventninger som er knyttet til en elev sin atferd. Dette er en refleksiv prosess der elever ser på seg selv som objekter, og vurderer sine handlinger og medlemskap i ulike sosiale grupper i henhold til å skape et positivt selvbylde. Ulike individer knytter et positivt selvbylde opp mot ulike standarder, for noen elever kan det knyttes opp mot akademisk prestasjon og for andre kan dette

dreie seg om sosial anerkjennelse eller kan dette være to faktorer som fungerer i et samspill.

2.9 Nerd

Ifølge Lemke blir akademisk suksessfulle realfags elever betraktet som "nerder" blant medelever. Denne sosiale merkelappen er en identitet som påvirker både deres akademiske og deres sosiale liv. Ifølge det ontologiske synet på akademisk læring er sosial identitet og læringsidentitet er to sider av samme sak (Wortham, 2006). Blant unge blir begrepet "nerd" oppfattet som et individ som har en sterk interesse og satser innenfor et avgrenset område. Et slikt individ innehar en rolle som er forutsigbar med tanke på atferd og velger å ikke ta hensyn til en kultur, slik som ungdomskultur. En "nerd" tar ikke hensyn til de standardene eller retningslinjene i ungdommers sosiale verden som beskriver hvordan bør eller ikke bør oppføre eller uttrykke seg (Aagre, 2003). Personen regnes som en "nerd" på bakgrunn av deres sterke interesse innenfor områder som ikke verdsettes av andre, og derfor regnes ikke disse aktivitetene som "kule". En "nerd" assosieres ofte med et individ som ikke vektlegger eller besitter gode sosiale egenskaper og som ikke er innforlivet med ungdommens sosiale verdener. Begrepet "nerd" ofte knyttet til individer som fokuserer veldig på den akademiske siden ved skolen og ikke den sosiale og kulturelle utveksling som foregår blant jevnaldrende på skolen.

2.10 Stereotypiske fremstillinger av gutter og jenter

Ifølge Skinner og Bandura, så opplever jenter annerkjennelse ved å oppføre seg som atypiske "pene piker" mens gutter får sin anerkjennelse i form av å oppføre seg som "tøffe gutter" (Imsen, 2005:444). Sosiale kategorier fungerer som en kognitiv kategori der person som ser ut til å dele en eller flere egenskaper og ferdigheter blir satt i en sosial gruppe (Worchel, Austin, 1986). Slik klassifisering kan føre til et samspill mellom utviklingen av identiteten, de ulike kulturelle former og den sosiale posisjonen som den gitte personen innehar. De ulike diskursene og sosiale handlingene som personen blir utsatt for spiller også en rolle (Holland et al, 1998). Kulturelle stereotyper spiller en viktig rolle for hvordan unge vurderer deres egenskaper innenfor ulike akademiske felt.

Kulturelle stereotyper har større påvirkningskraft når barn sin selvoppfatning former seg i samsvar med de ulike rolleforventningene knyttet til kjønn. Dette fører til at unge begynner å tro på at slike kulturelle stereotyper stemmer og vurderer deres egne egenskaper og ferdigheter i lys av disse (Schunk, Zimmerman, 2008). Roller og rolleprestasjonene til elevene referer til deres atferd som er et bevis på deres sosiale posisjon innenfor klassemiljøet (King, 1983). "For eksempel vil en elev som blir stemplet som bråkmaker av læreren eller av medelevene, kunne oppfatte seg som en bråkmaker, og oppføre seg deretter for å bekrefte sin egen rolle eller identitet". (Imsen, 2005:141). Sosiale forventninger og kategoriene som en blir gruppert i spiller en rolle for skoleprestasjonen til elever, og kan negativt gå utover motivasjonen. Stereotypen av tøffe gutter er i samsvar med den overordnede frykten i samfunnet av unge, som dreier seg hovedsakelig om arbeiderklasse ungdommer, og spesielt gutter. Giroux (2002) fremhever at denne frykten for ungdom blir intensivert dersom det dreier seg om en gutt fra arbeidsklassen, som i tillegg er svart (Fisher, Harris, Jarvis, 2008). Dette illustreres i teksten til Stanton Wortham (2006), "The Interdependence of Social Identification and Learning" som handler om sosial identitet og læringsidentitet kontra forventninger fra sine omgivelser. Teksten handler om to forskjellige verdisyn som ikke er forenlige, nemlig skolens verdisystem og guttene maskuline sosiale system som ikke verdsetter de samme normene. Teksten er basert på observasjoner foretatt over et skoleår i en 9.klasse i det urbane Chicago, der klassen består av 19 elever hvorav 2/3 er afro-amerikanere og 2/3 av klassen er jenter (Wortham, 2006). I dette klasserommet er lærings og sosial identitet basert på kjønn, i timene er jentene aktive mens guttene er stille, og virker uinteresserte. Slik er forventningene til knyttet til atferden til elevene basert på kjønn. I teksten møter vi Maurice, som er i et veiskille. På en side vil Maurice delta aktivt i timen og vise han er en akademisk kompetent elev. Men samtidig ønsker Maurice være en av gutta og risikerer å bli utstøtt av guttene i klassen dersom han viser seg for å interesse seg i skolearbeid og verdsette akademisk suksess.

2.11 Maurice i midten

Både Maurice sin sosiale og akademiske identitet står på spill, siden disse to identitetene henger tett sammen. Maurice står overfor et valg som ikke er uvanlig blant unge afro amerikanske gutter, han må velge mellom å være en flink elev eller bli regnet som en respektert maskulin figur blant guttene på skolen. Hvis han ikke spiller på lag med læreren i klasserommet vil han ikke lenger være regnet som en flink elev, men hvis han spiller på lag med læreren vil han ikke bli regnet som en respektabel afro amerikanske menn (Wortham, 2006). En beslutning akseptere som en av disse verdisystemene vil føre med seg en marginalisering i det andre verdisystemet siden de ikke er forenlige med hverandre (Ferguson, 2000). Denne fremstillingen av afro amerikanske gutter som ikke verdsetter skolens normer og verdier passer inn i brede stereotypen av afro amerikanske menn som aggressive, og altfor bekymret over å få respekt (Wortham, 2006). En sosial stereotype, slik som tøffe gutter og flinke jenter, er basert på egenskaper som deles av mennesker i en gruppe uten å ta hensyn til det individuelle forskjellene som faktisk eksisterer den gitte gruppen (Worchel, Austin, 1986). Maurice passer beskrivelsen av en *schoolboy* som Ferguson (2000) beskriver. En schoolboy må opprettholde balansen mellom forventningene og kravene som stilles fra både de voksne og fra jevnaldergrupper. Disse individene opplever et stort psykologisk press som et resultat av å bevege seg frem og tilbake over symbolske grenser (Ferguson, 2000). I Maurice sitt tilfelle gjelder disse symbolske grensene verdiene mellom guttene i klassen på en side, og jentene og læreren på en annen side. Selv om kjønn ikke attribuerer stor forskjell når det gjelder akademisk suksess har derimot forskere funnet visse kjønnsforskjeller knyttet opp mot læring. Det kan forekomme ulike holdninger, forventninger og motivasjon i ulike akademiske settinger (Schunk, Zimmerman, 2008). I klassen preges av en kjønnsdominans som er med på å fremme stereotypiske fremstillingene av gutter og jenter. Jentene i klassen er aktivt med på å forme Maurice sin identitet ved å mobbe han, og spille på stereotypene om flinke jenter og tøffe gutter (Wortham, 2006). Et klassemiljø med mye fokus på kjønnsforskjeller og gir incentiver til å både leve opp til de stereotypiske kjønnsrollene, og tilhørende sosiale forventningene.

2.12 Rolle og status

Hos Linton (1936) går det et skille mellom rolle og status (Øia, Krange, 2005), i tilfellet med Maurice kan de sosiale forventningene ansees som hans status mens rollen er hvordan han selv velger hvordan han skal handle og utforme sine status. Den subjektive rollen beskriver Maurice sin forståelse for hvilken rolle han i felleskapet. Ifølge Linton har hvert individ har en sosial status som er en samling rettigheter og plikter. Med andre ord så det en aktiv og en statisk side ved status og rolle, med hvordan du blir sett på av andre på en side og hvordan du velger å handle i forhold til denne statusen på den andre siden (King, 1983). Presset som Maurice opplever fra jentene i klassen og læreren blir omtalt av Shibutani som sosial styring, en slik styring består av hvordan en oppfatter andres forventninger knyttet til hvordan en bør eller ikke bør oppføre seg i henhold til sin posisjon (Levin, Trost, 1996). Ifølge Giddens sin teori om struktur, spiller sosio-historiske modeller en rolle dersom en blir identifisert som en stereotype. For Maurice å bli identifisert gjennom det stereotypiske synet om at afro amerikansk gutt ikke verdsetter akademisk suksess, forutsetter dette at Maurice viser tegn på atferd eller holdning som passer i henhold til denne forestillingen. Maurice sin identitet som en *schoolboy* utøver økende press på individer til å bevise deres maskulinitet. Dette ble bekreftet gjennom en rekke intervjuer hos Ferguson (2000) med afro amerikanske universitetsstudenter som forklarte visse strategier de måtte ta i bruk på skolen som yngre, ved bevise sin maskulinitet gjennom markører som idrett eller andre arenaer som ble verdsatt av gutter.

2.13 Jevnaldersgruppens verdier

"Jevnaldersgruppen er gjerne bærere av de samme verdier, har tilsvarende livserfaring og blir gjerne det faste holdepunktet i tilværelsen for dem som tilhører gruppen (Hoem, 2010: 129). Ifølge Ferguson valgte guttene i undersøkelsen venner på grunnlag av like kvaliteter, slik har vennegruppen deres like normer og verdier. Slik har vennegjengen et gruppebasert verdigrunnlag, og klare skillelinjer for hva slags atferd som regnes som maskulint. Dette presser medlemmene til å oppføre i samsvar med det som ansees som korrekt maskulin atferd (Ferguson, 2000). I Willis (1977) sin studie

av arbeiderklasse gutter i England avdekker han viktigheten av maskulinitet blant guttene som regnet fysisk krevende, manuelt arbeid som en viktig del av manndommen og maskulinitet (Moore, 2004). Ifølge Ogbu (1997) sine studier vil en trussel mot maskulinitet blant afro amerikanske elever også føre med seg en trussel mot deres kollektive identitet av å være svart. Flere uttrykte sin bekymring over å fremstille *hvit* atferd og frykten for å miste sin kulturelle identitet var en faktor for flere unge for å ikke fulgte seg skolens verdier og satset på akademisk suksess (Ferguson, 2000). Derfor vil Maurice og andre gutter i hans situasjon identifisere seg kulturelt som afro amerikanske gutter og er klare over at det finnes ulike sosiale forventninger knyttet opp mot denne kulturelle identiteten. Afro amerikanske gutter må velge mellom å akseptere skolesystemet sine normer og verdier eller verdiene til de sosiale gruppene som de tilhører. Det er en umulig dobbeltsosialisering som vil enten føre til en marginalisering fra skolen eller å ikke bli sosialt anerkjent av sine jevnaldrende (Ferguson, 2000).

2.14 Lærers ansvar

Ifølge Hansen (2004) viser dette hvilke moralsk ansvar en lærer står overfor, med tanke på hvordan Maurice sin situasjon. Det er læreren sitt ansvar å hindre at elever som Maurice sin sosiale og akademiske identitet blir utformet på en slik negativ måte i klasserommet. Elevenes sin plass i forhold til hierarkiet på skolen blir indirekte påvirket av læreren. I et samfunn der alle medlemmene avhenger av både skole og utdanning vil dette aspektet ved læreren sin virksomhet forsterkes (Frønes, 1994). Makt i klasserommet utøves gjennom skolesystemets struktur og lærers rolle, ifølge Cummins. Dersom et individ, for eksempel læreren eller en gruppe elever dominerer over andre i kraft av deres roller eller strukturer i systemet vil dette oppfattes som en tvungen maktrelasjon. En slik tvingende maktrelasjon fungerer som undertrykkende på eleven som opplever den sin identitet. For å bruke Bourdieu sitt begrep, er ikke elevenes kulturelle eller sosiale kapital anerkjent men lider av undertrykkelse (Hoem, 2010). Læreren og jentene i klassen utøver en slik maktrelasjon mot Maurice, som krenker hans kulturelle og sosiale kapital.

3. Det trygge klasserommet

3.1 Klassemiljø

Innenfor skolens sosiale og læringsarena er klassemiljøet viktig for elevens kognitive utvikling og sosiale velvære. Et godt klassemiljø gjør eleven trygg på seg selv, og på sine omgivelser. Læreren spiller en viktig rolle i å skape et godt klassemiljø gjennom klasseledelse som "innebærer å skape et miljø som støtter og legger til rette for faglig og sosial læring" (Evertson & Weinstein, 2006; Wubbels, 2011 i Utdanningsdirektoratet, 2012). Det er læreren sitt ansvar for å skape positivt læringsmiljø, der elevene har muligheten til å konsentrere seg om skolearbeidet og bli motiverte for læring og utvikling (Utdanningsdirektoratet, 2012¹). Ifølge Erikson er læreren viktig for å hjelpe elever å løse de ulike utviklingsoppgaver i forhold til identitet (Aagre, 2003). Ifølge Honneth består identitet av tre aspekter, som er knyttet til hver deres anerkjennelsessfære. Dette er selvtillit, selvrespekt og selvverd (Hoem 2010). Disse tre aspektene av identitet må bli utviklet gjennom gode relasjoner på skole mellom jevnaldrende men også mellom læreren og eleven. En trenger både å ha et godt forhold til sine medelever, og å være i et trygt læringsmiljø for å kunne prestere ifra sine akademiske forutsetninger og mål. Et trygt klasserom og et godt klassemiljø spiller en stor rolle for at en utvikler en positivt forhold til skolen og skolearbeid. Skoleklassen er et samfunn i miniatyr der elever og lærere er i samspill og har forskjellige roller, og sosial status. Goffman ser på klasserommet som et rollespill, med lærerne som regissører i samspill med de "kule" i klassen. Dermed blir det sosiale samspillet mellom aktørene et rollespill med et sett med regler og rammer (Imsen, 2005).

3.2 Klasserommet

Klasserommet er et sosialt system som kan analyseres gjennom symbolsk interaksjonisme, "en analyse av den sosiale virkeligheten" (Levin, Trost, 1996:11). Skoleklassen består av individer som er forskjellige og har blitt påvirket av ulike sosiale virkeligheter. Klasserommet er dermed en setting

1

http://www.udir.no/Upload/Ungdomstrinnet/Rammeverk/Ungdomstrinnet_Bakgrunnsdokument_klasseledelse_vedlegg_1.pdf?epslanguage=no

bestemt av "regler og normer utviklet gjennom samspillet mellom menneskene" og mellom menneskene og miljøet (Hoem 2010:33). Ifølge sosial interaksjonisme er alt interaksjon sosial og vi interagerer med hverandre ved bruk av symboler som for eksempel ord eller klær. Det er hvordan hver enkelt tolker og definerer et gitt tilfelle som avgjør vår atferd (Levin, Trost, 1996). Hos Dewey dreier undervisning seg om å bestemme elevers omgivelser og på den måten indirekte lede eleven. Slik er klassemiljøet viktig for elevens kognitive utvikling, mulighetene for akademisk suksess og atferd. Siden atferd må sees i sammenheng med konteksten den utspiller seg i. Hos Piaget er mennesker aktivt involvert i å lære og forstå hva som foregår i miljøet rundt dem. Kognitiv utvikling blant barn vil foregå som en interaksjon mellom deres fysiske og sosiale miljø (Ormrod, 2004). Og derfor må elever være aktive deltakere i egen læreprosess (Utdanningsdirektoratet, 2012). Slik er klasserommet både et fysisk og sosialt miljø som påvirker elevenes sosiale og kognitive utvikling. Ifølge Honneth trenger eleven anerkjennelse i tre forskjellige sfærer nemlig, kjærlighets-, den rettslige- og den solidariske sfære. Anerkjennelsen kombinert fra disse tre sfærene vil føre til utviklingen av selvrespekt, selvverd og selvtillit. Elever kan oppleve krenkelse i de forskjellige sfærene på forskjellige måter, for eksempel gjennom individets relasjoner til medelever, i deres rett til utdanning og deres prestasjoner ut fra deres mål og forutsetninger (Hoem, 2010:18). Kognitive teorier vektlegger hvordan det sosiale miljøet kan påvirke det indre motivasjonen (Imsen, 2005). Et godt klassemiljø kan derfor stimulere lysten til å lære hvis omgivelsene legger til grunn for å skape denne interessen.

3.3 Dårlig klasseledelse

I senere år har kognitive teoretikere lagt vekt på et kontekstuellt syn som vektlegger viktigheten av miljø i forhold til atferd og læring. Slik kan et dårlig klassemiljø være negativt utslagsgivende for elevers atferd og selvtillit men ikke minst elevenes motivasjon for læring siden læring er avhengig av miljøet i klassen, både for den sosiale konteksten og læringsmiljøet (Ormrod 2004). Sosiale forventninger kan dessverre også være med på å forme lærerens oppfattelse av elevene, både på godt og vondt. Læreren kan forvente at noen elever ikke har gjort leksene sine, og disse negative forventningene skaper en ond

sirkel siden eleven vil være lite motivert til å gjøre leksene fordi læreren ikke forventer dette. Dette fenomenet blir beskrevet Pygmalion effekten ². En slik effekt blir gjennom synet til Mead beskrevet som et resultat av at vi ser oss selv ubevisst gjennom andres øyne (Mead, 1974) Flere undersøkelser har vist at måten lærere signaliserer sine forventninger overfor elever påvirker også elevene sine oppfatninger av deres akademiske muligheter (Imsen, 2005). Lærerens forventninger til elever spiller dermed en betydelig rolle og kan være med på å forme både elevenes læringsidentitet og sosiale identifikasjon. Hvis en elev føler seg krenket eller ikke anerkjent av skolen verdisystem kan dette føre til at en blir marginalisert. Et resultat av en slik marginalisering kan føre til at disse ungdommene kan søke seg bort fra skolesystemet sin diskurs, og heller søke alternative kilder til identitet og suksess (Moore, 2004).

3.4 Nederlagsreduserende strategier

Alle har en trang til å føle mestring, og det er naturlig med negative holdninger til skolen hvis en ikke gjør det bra akademisk. Dette kalles ifølge Atkinson for prestasjonsmotivasjon som betyr trangen vi innehar til å prestere bra i forhold til en eller annen standard som er satt opp (Imsen, 2005:392). Hvis prestasjonsmotivasjonen ikke realiseres gjennom skolen er det vanlig at en prøver å lykkes utenfor skolen, som i for eksempel idrett eller andre hobbyer. Ifølge selvbekreftelsesteorier er det naturlig at mennesker reduserer trusselen mot deres selvoppfatning ved å fokusere mindre på områder hvor de ikke er så flinke og vil rette fokuset mer på områder hvor de er kompetente for bedre sin selvoppfatning (Hogg, Vaughan, 2008). "Jeg trenger ikke skolen, jeg skal bli profesjonell fotballspiller" er et typisk eksempel blant gutter tidlig i ungdomsalderen. Ungdom vil dermed søke etter arenaer hvor en kan styrke sin selvoppfatning, hvis en gjør det dårlig på skolen og hvis dette fører med seg et negativt syn på seg selv vil det dermed være naturlig å prøve å finne en annen arena hvor selvoppfatningen blir styrket (Coleman, 1961). En nederlagsreduserende strategi for å verne om selvoppfatning sin er å prøve å

² Oppkalt etter den kypriotiske skulptøren i gresk mytologi som ble forelsket i en kvinnelig statue som han hadde laget av elfenben

gjemme seg bort i klasserommet (Imsen, 2005), fordi en kan ikke feile dersom en ikke har prøvd.

3.5 Lært hjelpeløshet

Elever kan utvikle *lært hjelpeløshet* for å verne om deres selvoppfatning dersom det går dårlig på skolen. Det er ikke elevens feil dersom en gjorde det dårlig på prøven men kan være læreren sin feil som laget spørsmål som ikke sto på pensum. Lært hjelpeløshet påfører negative implikasjoner for individets selvfølelse og kan påvirke fremtidig tilnærming til arbeid på skolen (Dweck, 1999). Det er et resultat av at individer knyttet nederlag opp mot egen intelligens, og dermed fungerer nederlaget som verifisering på deres lave intelligens (Schunk, Zimmerman, 2008). Å verdsette sosial status fremfor akademisk suksess kan være en selvforsvarsmekanisme for å verne om sin selvoppfatning og legitimere at en er flink i noe. Dette kan være en bakomliggende årsak for elever som verdsetter sosial status fremfor læring. En annen måte å verne om sin selvoppfatninger er via selv handikappende atferd, hvis en elev ikke prøver å gjøre det bra på skolen vil en fortsatt kunne tenke høyt om sine ferdighet siden "jeg kunne klart oppgaven hvis jeg bare prøvde hardt nok". Og hvis du likevel gjør det bra på en oppgave selv om du ikke prøvde, ja da du er kjempeflink (Dweck, 1999). Ifølge Coleman (1961) er sosial status og søken etter annerkjennelse blant medelever viktigere for unges selvoppfatning enn akademiske prestasjoner på skolen. Derfor vil noen fokusere mer på å gjøre det bra i aktiviteter som fører med seg sosial status, som for eksempel idrett enn den akademiske læreplanen. (Coleman, 1961).

3.6 Selvtillit

Selvtillit referer til en evaluering av selvet som har blitt utført av selvet, og er en holdning som individet har om seg selv. Selvtillit en refleksiv prosess der individet ser på seg selv som et objekt og responderer til seg selv om et objekt. Denne refleksive prosessen er en selvevaluering i forhold til en standard der en vurderes som bra eller dårlig. Ifølge James (1890) er selvtillit en funksjon av både individets prestasjoner og ambisjoner. Ifølge formelen til James kan selvtillit defineres som vår suksess delt på våre ambisjoner. En vil ha lav selvtillit

hvis suksessen er lavere enn ambisjonsnivået. Selvtillit er med på å påvirke personens selvoppfatning siden individer er motiverte til å bekrefte hvilken selvoppfatning de besitter. Selvoppfatning blir brukt av individer for å verne om selvoppfatningen i møtet med livets utfordringer. Dette kan for eksempel være i form av nederlagsreduserende strategier som er blant strategiene blant elever på skolen. For å opprettholde selvbekreftelsen eller ønske om å bekrefte hva en tror om seg selv, bruker individet ulike strategier i interaksjon med ulike aktører for å oppnå dette. For eksempel kan en være selektiv og kun i sosial interaksjon med andre som bekrefter individets identitet og unngå andre som ikke gjør dette. Dersom et individ ser på seg selv som en morsom person, vil det være naturlig å oppsøke mennesker som vil bekrefte dette synet. Dette kan sees i ungdommens valg av venner som vanligvis begrunnes med like interesser, verdier eller normer. Vennegjengen har dermed en funksjon til å bekrefte identiteten til de ulike medlemmene. En annen strategi som en kan ta i bruk for selvbekreftelse er å uttrykke sin identitet gjennom for eksempel klær slik at personer i individets omgangskrets oppfører seg i henhold til å bekrefter individets identitet (Burke, Stets, 2009).

3.7 Motivasjon

Å bli stemplet som "nerd" kan gå utover elevers motivasjon for å gjøre det bra på skolen. Flere av de senere kognitive teorier legger veldig vekt på viktigheten av miljø, læring og atferd, og at de påvirker hverandre i en ganske stor grad.(Ormrod 2004:171). Individet i samspill med den sosiale situasjonen eller interaksjon og miljøet fører til tanker og følelser hos individet. Disse tankene og følelsene er råmaterialet som resultater i handling. Elever trenger å føle at de lykkes både akademisk og sosialt på skolen. Relasjonen mellom lærer og elev er viktig for motivasjon. Forskning har påvist at forholdet mellom lærer og elev både har betydning for elever sine akademiske resultater (Hattie, 2009) og for elever sin atferd (Marzano, 2009 i Utdanningsdirektoratet, 2012). Videre er også relasjonen til medelever veldig viktig fordi sosialisering med jevnaldrende spiller en veldig viktig rolle i ungdomsårene. Derfor er en viktig komponent i å trives på skolen være å føle seg trygg og støttet av både lærere og vennegjengen. Dette kan blant annet sees en stor norsk studie som viser at det er spesielt den emosjonelle

støtten som betyr mest for elevers atferd i klasserommet (Bru, Stephens, & Torsheim, 2002 i Utdanningsdirektoratet, 2012). I skolesammenheng er det mange kilder som kan føre til usikkerhet og angst. På et menneskelig plan så er det nødvendig for elever å vite at de er trygge i vennegjengen, og at det ikke forekommer noen trussel for å bli mobbet eller hengt ut til latter (Imsen, 2005:387). Hvis en blir negativt stemplet for sine gode skoleprestasjoner "signifikant andre" vil dette da gå utover elevens selvbylde og muligens selvtillit (Imsen, 2005:295). Ifølge Honneth kan individets identitet trues eller skades av krenkelse i de tre sfærene, samtidig som det vil ødelegge elevens motivasjon og selvtillit.

3.8 Maslows behovspyramide

For at ungdom skal føle seg trygge til å utvikle seg sosialt og akademisk er det et behov som må dekkes, disse kan forklares ut ifra Maslows sin behovspyramide. Unge trenger først og fremst å få dekket sine fysiologiske behov for å kunne trives både akademisk og sosialt. Unge har også et behov for trygghet og sikkerhet, en trenger å føle seg trygg og ikke bekymre seg for å bli mobbet eller gjort til latter av andre. Unge er også avhengige av kjærlighet og sosial tilknytning blant sine kamerater på skolen. En positiv oppfatning om seg selv og anerkjennelse fra sine medelever og lærere slik at en kan føle seg bra om seg selv trengs også (Imsen, 2005). Maslows sin behovspyramide kan sammenlignes med Honneth sine tre sfærer som en trenger for å ha et godt sosialt og akademisk liv på skolen. Akademisk nederlag på skolen kan forklares gjennom elevens innsats, men også gjennom elevens forhold til medelever eller andre relasjoner slik som mellom skolen og hjemmet. En kan si at det er flere sosialiseringprosesser som kan påvirke eleven til å ikke gjøre det bra på skolen. Det er viktig å nevne at et godt klassemiljø kan virke forebyggende mot negative sosialiseringprosesser som kan føre til dårlig innsats eller manglende motivasjon. Et godt klassemiljø vil være delaktig i at eleven føler seg anerkjent i kjærlighets-, den rettslige og den solidariske sfæren. Dette vil føre til positive følelser knyttet opp mot skolens verdier og det vil ikke lenger være behov for å finne strategier som ligger utenfor skolen for å verne om sin selvoppfatning (Hoem, 2010).

3.9 Marginalisering

Krenkelse i de ulike sfærene og ingen anerkjennelse for sin sosiale og kulturelle kapital kan føre til en marginalisering fra skolen. En klassisk studie av Hargreaves (1967) avdekker hvordan det vokste frem en ungdomskultur med et negativt skolesyns blant noen gutter som ble stemplet av skolesystemet som akademiske tapere (Moore, 2004). I teorien til Richardson er skolen et system med grenser og roller som er blitt besatt av individer med behov som trengs å dekkes. Det er en parallell mellom Richardson og Parsons sin strukturelle funksjonalisme siden begge vurderes som sosiale systemer der individer trenger å dekke sine behov for å fungere og ha det bra (King, 1983). Sammenlignet med en skole, trenger en elev å få sine behov dekket både sosialt og akademisk. Dersom eleven ikke opplever anerkjennelse av verken medelever eller skolesystemet vil dette kunne medføre til marginalisering. I første omgang er det to grupper som ikke trives på skolen. Den første gruppen består av elever som sliter med selvfølelsen på grunn av årevis med svake akademiske resultater på skolen. Den andre gruppen består av elever som sliter med de sosiale kodene blant elever på skolen, altså elever som sliter med å få kontakt med andre elever og skape venner. Dette fører til marginalisering blant medelever og det sosiale felleskapet på skolen (Aagre, 2003). Viktigheten av å føle seg trygg i klasserommet er med på å få elever til å føle seg komfortable både sosialt og akademisk, og kan verne opp mot potensielle negative følelser mot skolen som kan oppstå. Ifølge kriminologer kan marginalisering blant unge være en direkte faktor i deres valg å ty til kriminalitet. Unge som velger kriminalitet ser denne typen ulovlig aktivitet kan føre til forbedring av livsstil og muligheten til deltagelse i forbrukskulturen hvis dette ikke tidligere var mulig (Furlong, Cartmel, 2007). Dersom det ikke er mulighet for sosial mobilitet blant i det sosiale hierarkiet på skolen vil outsiders ikke ha muligheten til å oppnå et positivt selvilde på skolen. Marginalisering vil føre kunne føre til at en søker etter status på områder som er sosialt avvikende og negative til skole (Coleman, 1961). Slik måte kan marginalisering blant unge oppstå på grunn av krenkelse innenfor Honneth sine tre sfærer og kunne lede til ulovlige aktiviteter for å forbedre deres materielle velferd, samt få aksept blant en gruppe.

4. Røyking som et ungdomsfenomen

4.1 Røyking blant unge

Et eksempel på opprørskhet blant ungdom er røyking og snus. De fleste ungdomsskoler eller videregående skoler har et eget sted hvor elever samles for å røyke, ofte har det et spesifikt navn som "røykehjørne". Disse møtepunktene skaper en solidaritet og felleskap mellom disse unge. Disse områdene symboliserer et territorium som ungdommene kjenner til godt, og dermed som de mestrer og behersker (Aagre, 2003). De unge som røyker og snuser skaper egne sosiale grupper, og dette er med på å forme deres identitet og hvordan de blir sett på av andre medelever. Unge er fullt klare over at røyking er farlig for helsen siden budskapet at røyking er helsefarlig er gjennomsyret i samfunnet samtidig som det er ulovlig å selge røyk til mindreårige. Ifølge Furlong og Cartmel (2007) er ungdomsperioden karakterisert av blant annet både leting og eksperimentering. En slik eksperimentering ungdomsårene inneholder noen ganger risiko som kan negativt gå utover helsen til unge. En slik helserisiko som kan knyttes til unges hverdag er blant annet røyking (Cartmel, Furlong, 2007). Pearson (2005) beskriver hvordan substanser som røyk, fungerer som et livsstils valg der deltakelse fører med seg konstruksjonen av en identitet, på samme måte som å ikke røyke er med på å konstruere en identitet. Om det er snakk om røyk eller snus, så er sosial aksept blant sine jevnaldrende om å være sammen av en gruppe og ikke være alene. Dwyer og Wyn (2001) ser på hvordan presset på unge møter av å vokse opp og forhandle mellom komplekse og ofte motstridende felt av risiko i et moderne samfunn. Ønsket om å være i samsvar med skolens normer og regler er sterkt hos mange unge men samtidig så har en også et ønske om å hevde sin individualitet og konstruere en egen identitet. Substanser som røyk og alkohol blir hyppig fremstilt i populærkultur, spesielt gjennom musikk og film. For eksempel var delingen av røyk mellom en mann og en kvinne på 50- og 60-tallet regnet som viktig for å skape en romantisk atmosfære. Visse grupper av unge er mer utsatt eller har større risiko når det gjelder bruk av substanser slik som røyk. Dette gjelder ungdom som har blitt fremmedgjort av skolen, utvist av skolen eller innehar anti skole holdninger ifølge britiske undersøkelser (Fisher, Harris, Jarvis, 2008).

4.2 Røykere er *kule*

Hvorfor velger en del ungdom å røyke eller snuse? Verken røyk eller snus er ikke kult, men røykere og snusere er kule ifølge Gladwell (2002). Røyk og snus er attraktivt for noen unge fordi de symboliserer opprørskhet mot den dominante diskursen, det inkluderer også et ønske om å fremstå som tøff og risikotagende (Gladwell, 2002:232). Studien til Currie et al (2004) om europeisk ungdom og røyking viser at i Tyskland røyker nærmere 30% av 15årige gutter og i overkant av 25% prosent av jenter daglig. Mens i nordiske land som Sverige røyker nærmere 15% av 15årige gutter daglig (Furlong, Cartmel, 2007:97). I Storbritannia røyker bare 1% av 11åringer men 21% av 15årige ungdommer daglig (Department of Health, 2005). Til sammenligning er cirka en av fem 15-åringer daglige røykere i vestlige samfunn (Furlong, Cartmel, 2007). Slike tall tyder på røyking i ungdomsårene, som kan knyttes til opprørskhet eller eksperimentering blant unge. Røyking blant ungdommer forekommer på grunn av ulike omstendigheter, det kan være et resultat av å ønske å tilhøre en gruppe eller føle seg akseptert. Andre grunner kan være eksperimentering og ønsket om å være rebelsk eller som en følge av å bli fremmedgjort eller marginalisert i en annen arena.

5. Street smart versus Book smart

5.1 Sosialt ladet begrep

Ifølge Store Norske Leksikon er definisjonen av intelligent ” begavet, klartenkt, som har god forstand³”. Termer som intelligens og smart har i langt tid vært tilknyttet utdanning. Slik termer har pådratt seg meninger som kan forstås som sosialt ladede og fører med seg implikasjoner av makt (Lightfoot, 2004 i Hath, 2007). Moderne ungdomsforskning har fokusert på musikk, kriminalitet og subkulturer. Det har samtidig også vært et fokus på motstanden mot skole blant ungdommer på en side og fokus på elever og skoleliv på en annen side (Stafseng, 2002). Motstanden mot skole som fokuseres på i moderne ungdomsforskning kan sees i lys av unges skille mellom to typer kunnskap. Innenfor ungdomskultur og populærkultur idag er det en distinksjon mellom ”book smart” og ”street smart”. Det er en forskjell mellom kunnskap lært på skolen (book smart) og kunnskap lært utenfor skolen (street smart). Dette skillet er et resultat av ungdommens misnøye med den dominante diskursen definisjon av intelligens som finnes i skolen (Hath, 2007). Den pedagogisk diskurs kan defineres som ”makt- og kontrollgrunnlaget, i første rekke over tenkemåten og kommunikasjonen i sosiale systemer som utdanningssystemet” (Beck, 2009).

5.2 Pedagogisk Diskurs

Begrepet diskurs brukes også av Foucault, og blir vurdert som et redskap som konstruerer både sosiale fenomener og sosiale identiteter. Diskursanalyse fokuserer på hvordan kunnskap og sannhet blir konstruert innenfor ulike diskurser, samt maktrelasjonene innenfor en diskurs (Kvale, 2007). Det er regler som er overordnet diskursene, som bestemmer over individenes muligheter for å uttrykke seg og hva som regnes som akseptabelt. Diskursen bestemmer hvem som har retten til å si hva, når og hvor en kan si det. Forskjellige diskurser har ulike regler, for eksempel er en pedagogisk diskurs ulik en politisk diskurs. De ulike diskursene som bestemmer hvilken type atferd og væremåter som er mer verdifull enn andre. og opp gjennom årene har det foregått utskiftninger av hva som regnes som den akseptable diskursen innenfor ulike felt. For eksempel vil

³ <http://snl.no/intelligent>

atferd som er i henhold til skolens reglement og fremmer akademisk suksess regnes som mer verdifull enn andre typer atferd i en pedagogisk diskurs. Hos Foucault spiller makt seg ut gjennom diskurser og slik fungerer diskurser som produktive siden de er midler som produserer makt. Utdanningsinstitusjoner bruker en pedagogisk diskurs men samtidig fremstilt for unge gjennom populærkultur. Den pedagogiske diskursen brukes av skolen for å legitimere formell kunnskap. Dette kan sees gjennom lærer og elev forholdet, der læreren har legitim makt over elevene siden kunnskap regnes som det viktigste paradigmet på skolen. Det må være samtykke fra elevens side for å godt diskursen i skolen (Willis, 1977 i Gelder, 2005). Den pedagogiske diskursen fungerer som noe mer enn overføring av kunnskap, men undervisningen fungerer som en arena for maktutøvelse (Chouliaraki, Bayer, 2001). Individets identitet blir påvirket av de ulike diskursene, deres artefakter og reglene som følger med. Slik er det opp til alle å posisjonere seg slik en selv ønsker i forhold til de ulike diskursene en møter på i hverdagen (Holland et al, 1998). Hvis individet velger å vektlegge en pedagogisk eller en alternativ diskurs, vil individet oppføre seg i henhold til diskursen spilleregler.

5.3 Den alternative diskursen

"Some people graduated, but they still stupid" – Kanye West; Good Morning (2007)

Den pedagogiske diskursen på skolen kan sees på som et maktmiddel som bestemmer hva som skal ansees som legitim kunnskap (Hovdenak, Eggen, Elstad, 2009). Derimot godtar ikke all ungdom den pedagogiske diskursen som legitim kunnskap. Akademisk suksess beviser ikke intelligens påpeker Kanye West i sangen "Good Morning". Dette budskapet dukker ofte opp i debutalbumet hans "The College Dropout". En slik devaluering av kunnskap finnes også i noen ungdomskulturer. I første rekke er skolen bærere av en tradisjon, skolen vektlegger teoretisk forståelse mer enn praktisk ervervelse av ferdigheter (Hoem, 2010). Denne typen av intelligens stemmer ofte ikke overens med de verdiene og rollemodellene som unge har i populærkultur, og spesielt innenfor musikk. Unges helter har i langt tid ikke bestått av person som har basert sin suksess på akademisk kunnskap. Allerede i 1940-41 var ungdommens helter

individer som hadde blitt berømte innenfor populærkulturen som filmer, musikk, radio og lignende (Coleman, 1961). Latour hevder at vi er påvirket av et urealistisk syn på kunnskap, som kan dateres tilbake til Opplysningstiden. Dette synet på kunnskap, renser kunnskap for alle forbindelser det kan ha med sosiale identiteter og maktrelasjoner (Wortham, 2006). Det ser bort ifra kunnskap som er basert på erfaringer og er praktisk orientert, slik som "street smarts". Det oppstår en verdikonflikt mellom skolens diskurs og ungdommens verdisystem som muliggjør en alternativ diskurs. Dette kan være et resultat av unge som føler seg umyndiggjort og krenket av skolens diskurs ved at deres kulturelle kapital blir oversett av skolen (Hoem, 2010). Å gjøre det bra på skolen forutsetter det at en synes læringsmaterialet er meningsfylt. Ved meningsfylt læring kan ungdom assosiere ny informasjonen og knytte dette opp mot ting de allerede kan, slik foregår effektiv læring (Ormrod, 2004). Ifølge Atkinson handler det ikke kun om en elev vurderer sjansene om å lykkes, men det handler om hvorvidt oppgaven har noen verdi eller mening for personen (Imsen, 2005). Utdanning fungerer som bindeleddet mellom eleven sin nåværende og aspirasjon om fremtidige posisjon. Spørsmålet er hva slags utdanning trenger en for å nå sine mål? Eller trenger jeg en utdanning for å bli det jeg vil bli? (Moore, 2004). Noe satt på spissen beskriver Stafseng (2002) hvordan ungdom som ikke verdsetter skolen men som har en interesse for data, kan bruke denne kunnskapen til å starte et eget firma som kan gi økonomiske vinninger allerede i ungdomsårene. Videre beskriver Stafseng hvordan "den som prioriterer fritid og sport istedenfor skolen kan se på den tiden jevnaldrende begynner å studere kan heve høy gasje som profesjonell alpinist, fotball eller håndballspiller (Stafseng, 2002:350). Disse eksemplene er satt på spissen men samtidig belyser de hvilke muligheter ungdom har for suksess i senmoderniteten selv om de velger å ikke prioritere skolen.

5.4 Ulike syn på intelligens

Det finnes to ulike syn på intelligens som enten motivere læring eller har negativ påvirkning for kultiveringen av akademisk suksess. Ifølge *incremental theory* kan intelligens kultiveres gjennom læring og kan føre med seg en økning i intelligens. Dette synet benekter ikke at mennesker har ulike utgangspunkt i

forhold til intelligens men fremhever at elever kan utvikle sin kognitive kapasitet gjennom hardt arbeid og veiledning. Innenfor *entity theory* har ikke intelligens muligheten for å utvikles videre, dette synet kan ødelegge for prestasjonene på skolen. Dette synet vurderer intelligens som en del av personen som ikke kan forandres, og utfordringer eller nederlag er en trussel mot individets selvtillit og selvoppfattelse. Akademisk nederlag vil ha negative konsekvenser for selvtilliten og vil fungere som en validering på deres lave intelligens (Dweck, 1999). Elevers epistemologiske syn vil påvirke deres tilnærming til læring og deres vilje til å lære. Det blir også brukt som en mal for å avgjøre om en har lyktes med å lære (Ormrod, 2004). Nederlag på skole virker større enn hva det virkelig er, og en elev vil lettere gi opp arbeidet med begrunnelsen "jeg er ikke smart nok" eller "jeg klarer det ikke". Elever et slikt syn vil påvirke deres tilnærming til læring siden de vurderer deres læringspotensial som begrenset. Det vil ikke være hensiktsmessig å prøve å forbedre seg akademisk siden en ikke kan bli *smartere*. Elever med *entity theory* er avhengig av konstant suksess for å føle seg bra, mens nederlag vil ha et negativt syn på både deres intelligens og selvoppfatning. Elever med et slikt syn vil trenge validering på at de er flinke på noe for å oppnå en positiv selvfølelse, dette kan være gjennom aktiviteter utenfor skolen. Slike strategier for å verne om selvoppfatningen er viktige slik at negative skoleprestasjoner ikke blir en trussel på ens selvoppfatning. Ifølge selvbekreftelsesteorier vil en søke etter validering på ulike arenaer for å verne om sin selvoppfatning mot sårbarhet i møte utfordringer (Burke, Stets, 2009). Elever som presterer dårlig på skolen vil ha problemer å be om hjelp fra læreren fordi det bare belyse ens begrensninger. Slik går eleven glipp av sjansen til å forbedre seg akademiske på grunn av usikkerheten knyttet til intelligens (Schunk, Zimmerman, 2008). Elever med et slikt syn vil mer sannsynligvis ty til selv handikappende atferd som betyr dårlige resultater på skolen men som også verner om selvoppfatningen (Dweck 1999). Hvis en ikke prøver å gjøre det bra på skolen, regnes det heller ikke som et nederlag. Elever som ikke lykkes skolen klare ikke å opprettholde den instrumentelle motivasjonen for akademisk suksess, og utvikler ikke et verdifelleskap med skolen (Hoem 2010).

5.5 Uformell og formell læring

I Willis (1977) sin studie av engelske marginaliserte arbeiderklasse gutter på skolen, avdekkes en signifikant likhet mellom guttenes atferd på skolen og det negative skolesynet som fantes i kulturen blant jobbene som guttene aspirerte til etter skolen. I motsetning til Hargreaves (1967) sin studie, argumenterer Willis at de kulturelle verdiene utenfor skolen som er viktigere enn verdiene lært på skolen. Videre ser Willis på disse guttene som aktive og bevisste beslutningstakere, og ikke som passive respondenter av sine omgivelser (Moore, 2004). Disse guttene bestemte selv hvilke yrker de ønsket å jobbe med men samtidig ble deres skolesyn påvirket av at disse yrkene ikke krevet akademisk suksess. Siden guttene syntes at akademisk suksess ikke var nødvendig for deres fremtidige karriere, ble skolen både meningsløs og irrelevant for dem. Det fremsto ikke som meningsfull læring. Engelske arbeiderklasse gutter sin mentalitet rundt skolen på 70-tallet er i samsvar med undersøkelsen til Ogbu (1997) blant afro amerikanske gutter. Her ikke disse guttene så på skolen som et redskap for å gjøre det bra senere i livet. Ifølge Ogbu var studien til Willis fordi den fokuserte på guttenes verdier og holdninger, og hvordan dette ble uttrykt gjennom deres kulturelle egenskaper eller egenverden. Willis fokuserte på hvordan guttenes tok et valg på bakgrunn av deres holdninger til skole sammen med forventpresset fra ulike hold (Moore, 2004). Ziehe og Strubenrauch (1983) satte det tyske utdanningssystemets opp mot hverdagserfaringer til unge, og konkluderte med at unge må selv bruke egne erfaringer som redskaper for frigjøring og vekst. For at unge skal klare å oppnå dette trengs det rom for uformelle læringsprosesser på skolen, og først da vil unge kunne utfolde sine evner og oppnå en helhetlig identitet som lærende individer. Unge kan også utvikle seg til selvstendige personer hvis de klarer å oppheve begrensningene som skolen har påført den gjennom sin kontroll i møte med fremmede kulturer. Denne tankegangen er i samsvar med Willis (1990) sin teori om at unge utvikler identitet og livsstil gjennom møte med ulike situasjoner, som fører til at ungdom former sitt liv (Ziehe, 1989, Willis, 1990 i Skogseth, Østerud 2008). Kort oppsummert, trenger unge å lære seg å tenke som selvstendige mennesker og slik tankegang er ikke alltid forenlig med den formelle kunnskapen som læres på skolen.

Kjente utdanningsteoretikere som Herbart og Dewey vektlegger interesse som en forutsetning for motivasjon (Schunk, Zimmerman, 2008). Motivasjon er prosessen som setter i gang handlinger og opprettholder målrettet atferd. Derfor er det vanskelig å gjøre det bra på skolen hvis en verken finner det interessant eller meningsfylt. Det viktig at læreren er tydelig på hensikten bak en aktivitet og forklarer hvorfor dette er viktige. Studier har vist at en tydeliggjøring fra læreren er viktig for elevenes læringsutbytte fra en gitt aktivitet (Hattie, 2009 i Utdanningsdirektoratet, 2012). Læreren har som oppgave å motivere eleven til å føle at læringsaktiviteten er meningsfull og fungerer som sosial støtte for eleven. Et instrumentalistisk syn sier at kunnskap ikke er viktig i seg selv, det viktige er hva kunnskapen brukes til. Kunnskapen sin verdi blir rangert etter nytteverdien den har (Imsen, 2005). For en ungdomsskoleelev kan dermed fakta om andre verdenskrig være mindre nyttig enn å følge med på de nyeste trendene, slik at en har materiale å bruke når dette temaet dukker opp i vennegjengen. Kunnskapen om de nyeste trendene blir rangert som mer nyttig fordi en for mer bruk for det. Ifølge Bourdieu er det et kappløp om den symbolske kapitalen på skolen som dreier seg om "kunnskap og kompetanse, karakterer og vitnemål" (Hoem, 2010:10). Å være smart på skolen blir vanligvis regnet som å ha bra karakterer, positive akademiske forventninger fra læreren og fra medelever. Skolens normer og verdier er i samsvar med samfunnet og derfor har skolen som institusjon makten til å forme hva som regnes som legitim intelligens i samfunnet (Hath, 2007). Noen unge kan oppleve at skolen ikke anerkjenner deres både deres sosiale og kulturelle kapital (Hoem, 2010). De kan være flinke på andre områder enn det faglige men føle at skolen ikke anerkjenner deres ferdigheter og dette kan føre til at de devaluerer skolen sin definisjon av intelligens. I all sosial kontekst har visse ferdigheter høyere sosial annerkjennelse enn andre ferdigheter. I unges kretser hører det få sosiale belønninger blant unge å gjøre det bra på skolen og slik vil det være lavere konkurranse og motivasjon blant elever å gjøre det best på skolen (Coleman, 1961). I motsetning til idrett som har høy sosial status blant unge siden det er stor konkurranse, og det fører til være motivasjon om å konkurrere og gjøre det best mulig på idrettsarenaen.

Gjennom en devalueringen av den pedagogiske diskursen vokser det frem en ny alternativ for intelligens som ungdom verdsetter. Som styrkes gjennom populærkulturens forsterkede markedsføring, det er uformell kunnskap eller street smarts. Uformell kunnskap videreføres innenfor skolen, dette gjelder både mellom lærere og elever, men spesielt innen jevnalder kulturen. Gjennom å skape akademisk identitet og legge rammeverket for hva som regnes som legitim kunnskap, skaper skolen den dominante diskursen for hva som regnes som å være smart. Ifølge både Parsons (1961) og Eisenstadt (1973) skaper jevnaldergrupper egne sosiale strukturer som er forskjellige fra skolen sin. I disse sosiale strukturene kan en oppnå status gjennom jevnaldergruppen sine spesifikke normer og verdier (Jones, 2009). Elever som devaluerer skolen og dens verdier kan vurdere uformell kunnskap som redskapet å som kan brukes for kunne oppnå målet de ønsker i livet (Hoem, 2010). Disse normene og verdiene er sidestilt skolens normer og verdier, og er nødvendigvis ikke i samsvar med hverandre. Hvis skolen sitt syn på intelligens er devaluert innenfor vennegjengen, er ikke disse to verdisystemene forenlige.

5.6 Skjermet sosialisering

Elever som finner skolen som meningsløs har gjennomgått en skjermet eller ufullstendig sosialisering. Dette er et resultat av en skjermer seg fra påvirkning fra skolen og den oppleves derfor som meningsløs (Hoem, 2010). Dette kan føre til at noen unge synes at livet sammen med sine jevnaldrende er mer forpliktende enn forholdet til skolen. Siden det er ungdomsgruppen innehar den sosiale makten på skolen, og utøver makt i form av sosial akseptering, belønning eller utstøting. (Rørhus, 1993). Noen sosiale belønninger er viktigere enn andre men unge har ikke lyst til å bli utstøt på områder som er viktige for dem. Dermed er det viktig å være i tråd med de verdier og holdninger som jevnaldergruppen innehar. Slik som idrett blant gutter er viktig for å oppleve sosial anerkjennelse blant jevnaldrende (Coleman, 1961). Forskningen til Fordham og Ogbu forteller om afro-amerikanske skoleelever som syntes det var viktig å gjøre det bra i sport for å kunne bekrefte sin maskulinitet og for å slippe den sosiale straffen som akademisk suksess kunne medføre (Ferguson, 2000). Book smart og street smart kan sidestilles med formell og uformell kunnskap. Førstnevnte kan

sammenlignes med book smart, dette er også kjent som fagkunnskap som blir lært i på skolen. Uformell kunnskap, i likhet med street smart er bygd opp av personlig erfaring og kan forekommer i ulik grad forskjellige situasjoner (Hoem, 2010). Street smart er knyttet opp mot hvordan en skal klare å navigere seg gjennom de forskjellige sosiale strukturene i livet (Hath, 2007), det knyttes også opp mot hvordan en skal klare seg i vanskelige omgivelser, situasjoner og livskår. Street smart blir verdsatt i populærkultur, spesielt i hip hop musikk. De fleste rappere kommer fra en vanskeligstilt bakgrunn og verdsettes derfor personer som opparbeider seg betydelig økonomisk kapital gjennom street smarts. Innenfor denne sjangeren vektlegges uformell kunnskap, siden artistene benytter disse kunnskapene og ferdighetene (Stoute, 2011). Denne dominante holdningen innenfor hip hop kulturen er ikke forenlig med den tradisjonelle skolekulturen, og hvis unge reflekterer disse holdningene og verdiene blant helter i media taper skolen terreng i kampen mot populærkulturen.

5.7 Motlæring

"We ain't retards the way the teacher starts. Hold up, hold fast, we make more cash, now tell my momma i belong in that slow class" – Kanye West, We don't care (2004).

Ungdom verdsetter ikke alltid skolens definisjon av intelligens eller å være smart, slik som enda et utdrag fra Kanye West eksemplifiserer. Ungdommers holdninger og verdier ser ut til å reflektere de dominante holdningene i populærkulturen (Coleman, 1961). Dette gjelder også når unges helter fremstiller negative holdninger mot skolen i deres musikk. Kunnskap lært utenfor skolen blant jevnaldrende kan defineres som motlæring i det moderne samfunnet siden dette ikke er underlagt kontroll av voksne. Slik læring kan også beskrives som læring av "uoppdragelse" (Frønes, 1994). I likhet med uformell sosialisering som er basert på spontan og uformelle verdier som også kan være i strid med skolens verdier. Den formelle sosialiseringen på skolen er ikke i samsvar med formene av uformell sosialisering som ungdom fremstilles for i populærkultur (Hoem, 2010). Street smarts har vokst frem som en reaksjon mot den dominante diskursen om intelligens på skolen. Dette er en måte å oppnå

status på, og ivareta en positiv selvforståelse dersom en for eksempel gjør det ikke fullt så bra på skolen. Street smart fungerer som et alternativ for de som ikke godtar skolesystemets diskurs, og som kanskje ikke har blitt anerkjent gjennom skolens sitt kunnskapssyn og verdisystem. I motsetning til skolekunnskap kan street smarts kun læres gjennom erfaring og praksis som vanligvis innbefatter å navigere seg gjennom vanskelige situasjoner eller omgivelser. Slik blir det knyttet opp mot personlig erfaring og noe som er praktisk i det virkelige liv i forhold til det som står om i bøkene som ikke er like livsnært (Hath, 2007).

5.8 Knowing that eller how

Ifølge Laves og Wenger (1991) finnes ikke læring kun i formell undervisning, men læring finner sted overalt. De prøver å bryte ned potensielle barrierer mellom elevenes læring og sosialisering. Denne potensielle barrieren mellom læring og sosialisering summeres opp gjennom Gilbert Ryles sin distinksjon mellom "knowing that" og "knowing how" (Skogseth, Østerud, 2008). "Knowing that" kan sammenlignes med formell kunnskap siden det er basert på teoretisk kunnskap, mens "knowing how" kan sidestilles med street smarts fordi det er en praktisk ervervelse om hvordan en kan løse en gitt oppgave. Stafseng (2002) bruker en lignende distinksjon mellom "knowing" og "doing" som en referanseramme for å takle utfordringer i ungdomsdiskursen, slik som mellom distinksjonene elev og ungdom. Der "knowing" går ut på kunnskap mens "doing" refererer til kompetanse. Disse to begrepene beskriver også forholdet mellom "formal" og "non-formal education" (Stafseng, 2002). Slik er læring og sosialisering to sider av samme sak. I tråd med utviklingen innenfor kognitiv psykologi hevder Gardner at elever heller burde lære seg *god tenkning*. Dette er evnen til å gå dypere inn i et gitt tema eller problemstilling i motsetning til å lære på et overfladisk nivå på flere områder. God tenkning er også evnen til å kunne bruke ferdigheter og begreper på ett område, og kunne føre disse over og bruke dem i andre områder (Skogseth, Østerud, 2008).

5.9 Bernsteins pedagogiske koder

Et begrenset språk kommer til kort i utdanningssystemet fordi det forutsetter en kode som er abstrakt, detaljert og analytisk. Elever kommer til kort i på skolen hvis de besitter begrensede koder i form av konkrete, metaforiske og fortellende strukturene. Dette er grunnen til at en del elever ikke gjør det så bra på skolen ifølge Bernstein (Hoem, 2010). Ferguson (2000) beskriver afro amerikanske ungdommer som snakker "black English", en grammatisk ukorrekt form for engelsk som blir brukt for å symbolisere sosial identitet. Slik grammatisk ukorrekt språk blir marginalisert på skolen fordi den kommer til kort i forhold til den pedagogiske koden som skolen krever. Denne typen språk som unge bruker for å kommunisere med hverandre blir ikke akseptert i skolesammenheng. Et slik språk er et viktig redskap for å symbolisere medlemskap til en sosial gruppe og signaliserer identitet. Siden slikt språk kommer til kort i forhold til de pedagogiske kodene signaliserer dette at både disse afro amerikanske ungdommene og deres verdier er underlegne (Ferguson, 2000). Dette resulterer i at disse elevene blir marginalisert på skolen. Ifølge Bernstein vil unge fra marginaliserte klasser i samfunnet, slik som afro amerikansk ungdom i mange tilfeller. Gjøre det dårligere på skolen på grunn av den ulike fordelingen av identifiseringsregler og makt i samfunnet (Chouliaraki, Bayer, 2001). Samtidig er det viktig å huske både fremmedgjøring og nederlag på skolen gjelder ikke for all ungdom men en liten del. Majoriteten av elever på skolen er ikke rebeller men aksepterer skolens normer og regler, men populærkultur virker som en provokatør mot å akseptere disse normene og reglene. Populærkultur er ute etter å selge og derfor fremstilles ofte en konfronterende agenda mot utdanning (Fisher, Harris, Jarvis, 2008).

6. Skolens verdier i kamp mot ungdomskulturer

6.1 Foucault om skolen og makt

Foucault er generelt assosiert med sine tanker om diskurs og makt i henhold til utdanning, et tema som fortsatt er relevant i dagens internasjonale utdanningsdebatt, ifølge Harris, Francis og Jarvis (2008). Det tradisjonelle synet på disiplin legger vekt på at skolen er basert på samtykke fra elevenes side for skolens regler og normer mens det er lærerne som har ansvaret for å håndheve disse reglene. Foucault anser makt som en prosess som inntar individet og påvirker deres handlinger, atferd, diskurser, læringsprosesser og andre ting som påvirker ens hverdag. Og hevder at skolesystemet er opptatt av produsere subjekter som er lydige og lette til å styre, slik som Pink Floyd. Skolens makt blir fremstilt gjennom den pedagogiske diskursen og i kraft av makt over elevene sin fysiske plassering og i henhold til sted og timeplan (Fisher, Harris, Jarvis, 2008). Regler og rutiner har betydning for klassen som et sosialt system fordi det gir en felles ramme av referanse. Det skaper også integrasjon og uttrykker et ønske om sosialt samspill i klassen (Evertson & Weinstein, 2006; Roland, 1995 i Utdanningsdirektoratet, 2012). Dette kan også virke mot sin hensikt siden eleven og læreren ikke nødvendigvis lik oppfatninger av skolen. Maktforholdet mellom skole og elev kan belyses gjennom å sette Foucaults teori om makt i et historisk perspektiv. Makten er ikke utøvd av individer, men er utøvd på mennesker. Maktutøvelsen kan foregå gjennom sosiale forhold mellom ulike personer. Ifølge Foucault har det oppstått intrikate systemer av sosial klassifisering av mennesker i Europa de siste to århundrene. Gjennom et skolesystem som klassifiserer elever på bakgrunn av deres akademiske identitet, som inkluderer både deres atferd og kompetanser. Sosial identifikasjon og akademisk læring er flettet sammen gjennom et system som skaper kategorier for å klassifisere elever. Denne sosiale klassifiseringen påvirker alt skjer i skolesystemet, både akademisk og sosial identitet fordi de er to sammenhengende prosesser (Wortham, 2006).

6.2 Forbud mot caps og jakke

Forbudet mot å la elever bruke caps eller jakke inne i klasserommet skal signalisere forventet atferd til elever men som samtidig kan være en inngrep mot

individualitet. Slike inngrep gjør at skolen regulerer elevenes kroppslige og emosjonelle uttrykk. Skolesystemet er basert på å rangere og evaluere elever på basis om de følger skolereglene eller ikke. Men skolereglene er ikke begrenset til skoletiden, de fungerer også som markører på hvordan en skal oppføre seg utenfor skolen. Skolereglene skal påvirke dypere personlige trekk som definerer hvordan en skal uttrykke seg selv (Ferguson, 2000). Ifølge Durkheim er utdanning definert som sosialiseringen av den unge generasjonen. Utdanning er en prosess som konstruerer habitus, der den sosiale eller kollektive bevisstheten er i samspill med den individuelle, personlige identitet (Moore, 2004). Skole og utdanning er i så måte med på å forme individet slik at en senere kan delta i samfunnet i voksen alder. I ungdomstiden er meningsfylte symboler tegn på identitet blant elever, men deres kleskodekser kan komme i konflikt med skolen regler for hva som er tillatt for å ha på seg i klasserommet. Klær fungerer i skolekonteksten som et ritual. Et ritual består av bruken av symboler, som kan enten være et fysisk emblem eller en atferd, som representerer noe mer (King 1983). Eksterne attributter slik som klær eller utseende er en viktig del av ungdommens miljø (Coleman 1961).

6.3 Express yourself

"Expressin' ain't their subject. Because they like to follow. The words, the style, the trend, The records I spin". N.W.A - "Express Yourself" (1998)

Klesplagg som baseball capser har sine røtter i afro amerikansk kultur, som i dag er en del av en global ungdomskultur markedsført gjennom massemedia. Urban ungdom regnes som meningsbærende for hva som regnes som *kult* i medieverdets fremstillinger og forbruk av klær har i økende grad blitt viktig når det gjelder konstruksjonen av identitet og forholdet til sine jevnaldrende (Miles, 1996 i Furlong, Cartmel, 2007). Capsene representerer for skolene som symboler som ikke er ønskelig i klasserommet (Ferguson, 2000). Forståelsen av Afro-Amerikansk kultur som populærkultur har blitt allment akseptert (Stoute, 2011), dette er blant annet synliggjort blant dagens musikk, klær og livsstil⁴. Den mest

⁴ Dette er som en følge av verdier, normer og holdninger som skinner frem gjennom musikk og klesvalg.

populære musikken blant ungdom i dag er hip hop og er som en følge av dette regnet som populærmusikk. I den urbane livsstilen som klesstil og musikk hører til, er det viktig å kunne å uttrykke seg verbalt gjennom musikk, eller estetisk gjennom klesvalg. "Express Yourself", er tittelen på sanger av blant annet Madonna (1989), N.W.A (1988) og Labrinth (2012). Ungdomsskoler vil normalt forby caps og hodeplagg i klasserommet, men er lov i friminuttene. Hodeplagg slik som capser fungerer som et objekt i maktkampen mellom unge og voksen på skolen (Ferguson, 2000). Klær er et kroppslig uttrykk for den symbolske kreativiteten utformet av ungdom. Ifølge Willis (1977) fungerer denne kreativiteten som et redskap unge benytter for å forstå sine omgivelser. Symbolske kreativitet kan fremstilles kroppslig i form av klesstil, språklig gjennom sosiale merkelapper eller gjennom drama slik som dans. Dette symbolarbeidet blir brukt for å fremstille likheter og ulikheter mellom grupper, men samtidig fungerer den symbolske kreativiteten for å uttrykke individualisme (Aagre, 2003).

7. Ungdomskultur

7.1 Hva er ungdomskultur?

Ungdom kan forstås som et begrenset tidsrom mellom barndom og voksen alder, og det er i ungdomsalderen at individer sakte men sikkert påtar seg mer ansvar. Samtidig som en lærer å sosialisere seg i de sofistikerte rollene som kreves i dagens teknologiske komplekse samfunn (Williams, 2011). Begrepet ungdom eller youth ble først brukt i sosiologien av etnografiske studier ved Chicago skolen i USA på slutten av 1920-tallet. Termen ble brukt for å undersøke de sosiale og psykologiske problemer som mennesker undergår i ungdomsperioden med spesiell vekt på ungdom og kriminalitet (Hebdige, 1983 i Gelder, 2005). Det spesifikke begrepet ungdomskultur ble brukt for første gang brukt om ungdom i tiden rett før 1.verdenskrig i tysk faglitteratur (Aagre 2003:90).

”Ungdomskulturer kan oppfattes som aktiviteter, holdninger og verdier som danner sammenhengende mønstre som blir uttrykk for kultur når det faller i en intersubjektiv sammenheng” (Roth, 2007:25). Et slikt ungdomsbegrep er i samsvar med definisjonen av begrepet kultur. Medlemmene av en kultur kjennetegnes av gruppetilknytning og felles interesser, holdninger, verdier og en felles referanseramme. Slik kan ungdomskultur sett utenfra vurderes som et sammenhengende mønster basert på felles aktiviteter, holdninger og verdier. Det er viktig å huske at ungdom er ingen ensartet gruppe, de er oppvokst på forskjellige steder, gjennom forskjellige forhold både sosialt og økonomisk, og ikke minst så er de påvirket av forskjellige kulturelle impulser (Øia, Krange, 2005). Men likevel er ungdomskultur noe felles, det er en felles måte som ungdommer forstår tilværelsen på (Rørhus, 1993).

7.2 Kultur

I etnologisk og antropologisk fagtradisjon er kultur knyttet til de ulike formene for kunnskap som er sosialt lært og overført. Disse kunnskapene danner utgangspunktet for interaksjon, kommunikasjon og den felles bevisstheten som kjennetegner en kultur (Øia, Krange, 2005). Ifølge Ziehe springer ungdomskulturen ut av et brennende men diffust ønske om å tilegne seg noe uoppnåelig, og når disse ønskene fant et kollektiv brennpunkt oppsto

ungdomsbevegelser (Ziehe, 2006). Utviklingen av ungdomskultur som en felles identitet etter 2. verdenskrig er et resultat kommersielle krefters interesser for å dra nytte av de økonomiske kreftene som unge innehar som en forbrukergruppe (Furlong & Cartmel 2007). Keith Richards, gitarist i The Rolling Stones, beskriver begrep som *teenager* som et direkte resultat av mediekreftene sitt forsøk på 50-tallet til å sette sammen ungdom som en homogen forbruksgruppe. Dette begrepet fungerer, ifølge Richards som en kollektiv merkelapp som påvirker ungdom i ved å danne en felles bevissthet blant ungdommer. Dette ble brukt av markedskreftene for å lage et ungdomsmarked for kosmetikk og klær, men også for musikk og litteratur. Richards beskriver korrelasjonen mellom bevisstgjøringen rundt ungdom som en kollektiv gruppe og markedsføringen av musikk og klær rettet mot ungdom spilte en stor rolle i suksessen som både The Rolling Stones og The Beatles opplevde på 1960-tallet (Richards, 2010).

7.3 Moderne ungdomskultur

I moderne ungdomsforskning blir ungdomstiden gjerne framhevet som preget av identitetsdannelse, og ungdomskulturer blir beskrevet som identitetskollektiver (Stafseng, 2002). Massemedia er aktivt med på å konstruere hva det vil si å være ungdom og hvilke erfaringer som følger med dette. Populærkulturen tilbyr en referanseramme som kan erstatte de tidligere tradisjonelle tankene om hva det vil si å være ung (Miles, 2000). Ungdom har blitt inspirert av massemedia til å bruke symbolske og kulturelle goder hentet fra for eksempel musikk og mote for å symbolisere deres identitet og deres tilhørighet til en større kollektiv gruppe (Roberts, 2004 i Gelder, 2005). Kollektive sosiale identiteter slik som "nerd" og "sportsidiot" har blitt fremstilt gjennom massemedier i en årrekke. Ifølge Ziehe er dette en "ekspropriasjon" av ungdomskulturen i form av at det finnes ulike maler for hvordan ungdom skal handle eller forholde seg til visse følelser som er bestemt av populærkulturen (Miles, 2000). Ungdomskulturen består av felles forståelser ungdom seg i mellom samt felles livsstiler og tankegods. Det er lettere å konstruere ett forestilt felleskap og trekke grensene for hva som kan regnes som en felles kultur dersom det eksisterer en felles tankegods. Smith (1990) hevder at tankegods er et felles sett av symboler og idoler. Men også som et landskap eller en tradisjon som er knyttet sammen i en populærkulturell

bevissthet fungerer som et grunnlag for en felles kultur (Featherstone, 2007). Begrepet ungdomskultur er i samsvar med å ønske og viljen om å skape en mening i forhold til sanntiden slik den er kulturelt belagt (Aagre, 2003). Maslow knytter behovet om kjærlighet og sosial tilknytning opp mot en rekke ungdomskulturelle fenomener (Imsen, 2005). Ungdom trenger å føle seg verdsatt av andre og trenger en tilknytning til jevnaldrende for å få et positivt selvbylde.

7.4 Ungdomskultur 2.0

Ungdomskultur er en global affinitet blant ungdommer med erfaringen av å være sammen med sine venner, å ha det gøy og å bruke fritiden knyttet til noe form for teknologi og populærkultur (Stoute, 2011). Sosiale medier, internett og andre digitale medier har en stadig økende påvirkningskraft som en sosialiseringsfaktor på ungdommen. De digitale påvirkningskildene fungerer som en møteplass for unge og som en viktig samhandlingsarena (Hoem, 2010). Ungdomskultur i senmoderniteten er i større grad drevet av digitale verktøy. Jeg velger å kalle dette en digitalisert ungdomskultur. Ifølge Beck (2011) sin undersøkelse bruker ungdom i gjennomsnitt 2,9 timer daglig på internett og 2,4 av de timene går med til bruk av sosiale medier. Til sammenligning bruker ungdom i gjennomsnitt 1,9 timer daglig på tradisjonelle medier slik som TV titting. Internett og sosiale medier uten tvil en viktig sosialiseringarena og påvirkningskraft for dagens unge her til lands. Ungdommer har tilgang til sosiale medier, mobiltelefon og har gjerne en egen datamaskin, i tillegg til tradisjonelle kilder for medier slik som TV og aviser. Alle disse digitale kildene fører til at ungdom alltid er "plugged inn", og alt som skjer i verden er bare et par tastetrykk unna. I tillegg til å ha konstant tilgang til et digitalt verdensbylde, har ungdom også muligheten til å fremstille seg selv gjennom de samme kildene. Unge er både forbrukere og produsenter i den digitale ungdomskulturen. I likhet med tradisjonelle sosialiseringarenaer fungerer sosiale medier som et sted hvor ungdom kan møtes. Og gjennom sosial interaksjon utforme deres personlige og sosiale identitet i henhold til de sosiale strukturene som ligger til rette. Digital ungdomskultur har oppstått i senmoderniteten som et resultat av at ungdommer blir identifisert som en felles gruppe også online. Det er blanding av sosial,

kulturell og teknologisk utvikling som har muliggjort utviklingen av en moderne ungdomskultur basert på digitale verktøy. Gjennom ulike sosiale medier fremstår digital ungdomskultur som en blanding av ulike mennesker, teknologi og sosiale handlinger. Unge bruker digitale verktøy for å holde seg oppdatert, holde kontakten med venner, samt at sosiale medier kan brukes for å fremstille sin personlige og sosiale identitet. Digital ungdomskultur er i samsvar med Østerberg (1996) sin teori om at det er et gjensidig forhold mellom individet og omgivelsene i henhold til kultur. Ifølge dette synspunktet oppstår den kulturelle bevisstheten som et resultat av en interaksjon mellom individet og kollektivet. I dette forhold velger individet sine verdier og koder. Slik formes de kulturene individet bevisst eller ubevisst ifølge Østerberg (Øia, Krange, 2005).

7.5 Livsstiler

Ungdommens livsstil blir fremstilt i populærkultur gjennom musikk, film, klær og andre symboler. Unges ulike adaptasjoner av livsstil kan sees gjennom individets valg av klær, fritidsaktiviteter, bruk av forbruksvarer og kroppslige uttrykk (Featherstone, 2007). Calcutt (1998) argumenterer at unge lenger ikke er mer rebelske enn andre grupper i samfunnet. Det er nok riktigere å beskrive ungdomskultur i dag form av en livsstil enn en subkultur fordi sistnevnte regnes som opprørske mot en hoved kultur. Dagens ungdomskultur står i strak motsetning til ungdom på 1960- og 70-tallet som representerte opprørskhet mot voksenkulturen (Ziehe, 2006), slik som hippie bevegelsen og ungdomsopprøret i Paris i 1968. Ungdom leter etter en identitet men har ingen mot gruppe å definere seg selv opp mot ettersom ungdom ikke er like rebelske lenger. Men det gjennom vår kulturelle identitet vi utvikler våre normer, stil og kulturelle verdier, til sammen utgjør disse faktorene en person sin *livsstil*. Miegel og Johansson (1992) deler individet i personlig, sosial og kulturell identitet, der sistnevnte er mest relevant i henhold til konstruksjonen av en person sin livsstil (Miles, 2000). Unges konstruksjon av identitet i dag sentrerer ikke rundt voksnes undertrykkelse slik det var i tidligere generasjoner. Ungdom sin identitetskonstruksjon er bygget rundt behovet for trygghet og annerkjennelse, som vektlegges i Maslow sin behovspyramide. Disse behovene trengs å dekkes i et samspill mellom skolen, venner og familie. Ifølge Stafseng finnes det mange

ulike ungdomskulturer i det moderne samfunnet og innenfor disse finnes det en blanding av ulike mot-, pro- og problemkulturer. En prokultur representerer en livsstil som inneholder holdninger og væremåter som verken utfordrer voksen kulturen, eller de ulike sosialiseringsarenaene slik som skolen og organisert fritid. Unge i en slik kultur deler det samme verdisynet som voksen kulturen. Videre orienterer prokultur seg i tråd med de ulike sosiale forventningene som de unge blir stilt overfor av både det lokale og det overordnede samfunnet. Motkulturer, derimot består av en livsstil som er både opprørsk mot samfunnets voksenstyrte institusjoner. Og inneholder normer, verdier og atferd som er i strid med den prokulturelle hovedstrømmen blant ungdom. Mens en problemkultur er i direkte opposisjon til voksenkulturen (Aagre, 2003). Et kulturbegrep slik som ungdomskultur må i tillegg til å omfatte faktorer som ulike former for kollektiv bevissthet, verdier og holdninger men må også innehold betegnelsen livsstil som forstås som sosiale handlinger. Ved å omfatte et slikt begrep som livsstil er det mulig å uttrykke alle aspektene ved kulturbegrepet (Øia, Krangle, 2005). For å forstå konseptet bak begrepet livsstil er det nødvendig å se på det komplekse samspillet som foregår mellom sosiale strukturer og hvordan individet posisjonerer seg i forholdet til disse strukturene. Det må også tas hensyn til individets unike karakteristikk (Miegel, Johansson, 1992). Begrepet livsstil har en mer begrenset mening i den sosiologiske betydningen av begrepet, som legger vekt på en distinktiv måte å leve på i henhold til ulike sosiale eller status grupper. Innenfor moderne forbrukerkultur blir begrepet livsstil brukt i henhold til individualitet, uttrykning av sin identitet og en stilistisk form for selvbevissthet (Featherstone, 2007).

7.6 Dagens tastemakers

Store medieikoner fungerer som dagens "tastemakers". Dette begrepet beskriver hvordan medieikoner innehar masse kulturell kapital og er i førersetet når det gjelder å forme dagens ungdomskultur (Stoute, 2011). "Tastemakers" fungerer som rollemodeller for unge, men vil også kunne fremstå som en referansegruppe. En referansegruppe har en påvirkningskraft eller en verdi overfor et individ. Denne påvirkningskraften kan komme til syne gjennom referansegruppen holdninger og meninger, som individet kan prøve å imitere.

Referansegrupper kan fungere som modellgrupper som individet ønsker å være medlem av. Individet vil prøve å etterligne atferden som gjør seg gyldig i disse modellgruppene (Levin, Trost 1996). Derfor vil unge som er kompetente innenfor for eksempel hip hop kulturen kunne ta i bruk kulturelle koder og gjøre disse til en del av dem selv (Skogseth, Østerud, 2008), for å kunne modellere lik atferd og holdninger. De vil også få med seg ulike stilsifter fra "tastemakers" siden dette er en kultur som er i stadig forandring. Mediefigurer fungerer som objekter med sosial innflytelseskraft. De kan påvirke ungdommers atferd, normer og holdninger gjennom å leve livet deres som blir fanget opp av søkelyset (Hogg, Vaughan, 2008). Disse forbildene fungerer som forgrunnsfigurer for hva som er "kult", og dette prøver ungdommer å imitere. Ifølge to stegs hypotesen blir ungdom påvirket av massemediene og dette budskapet blir videreformidlet til andre i sin sosiale krets som igjen sprer dette videre (Rørhus, 1993:63).

7.7 Change clothes

Hip Hop er ikke bare en musikk sjanger, men er en kultur som gjennomsyrrer alt fra musikk, klesstil, holdninger og væremåter og har blitt et globalt ungdomsfenomen. I starten av 2000-tallet var såkalte "throwback jerseys" eller retro basketball eller baseball trøyer gjort populært gjennom media. Ved at flere musikkartister brukte de aktivt i musikkvideoene deres og mye av symbolene og artefaktene som blir brukt i ungdomskultur har utspring fra stilistiske kreasjoner som blir fremstilt av artister i musikkvideoer (Miegel, Johansson, 1992). Denne moteendringen ble adoptert av unge verden rundt som førte til blant annet at en sportsbutikk kjede økte deres inntekter fra 2.8 til 23 millioner dollar over to år hovedsakelig på grunn av slike sportsdrakter (Stoute, 2011:200). Willis (1977) argumenterer at unge ikke er en passiv bruker av populærkultur men at de også er aktive brukere av kulturen (Miegel, Johansson, 1992), og dette er et godt eksempel på dette. Videre viser dette hvordan idoler sin atferd eller handlinger kan føre til et "latent atferds potensiale hos ungdom" (Rørhus, 1993:47). I 2003 kom en av dagens mest populære musikere, rapperen Jay-Z med singelen hans "Change Clothes", der han proklamerte at «throwback jerseys»:

"I dont wear throwbacks, I'm thirty pluss, give me a fresh pair of jeans....button ups".

I kjølvannet av utgivelsen av musikkvideoen til «Change Clothes» signaliserte dette døden av "throwback jerseys". Slike oppfordringer fra mediehelter kan for unge representere indirekte erfaring, som videre kan legge grobunnen for både imitasjon og identifikasjon med medieheldene (Rørhus, 1993). Budskapet spredde seg gjennom media og til de millioner av medlemmer i den urbane kulturen (Stoute, 2011:201). Utdraget fra sangen "Change Clothes" beskrev trøyene som et plagg for barn, dersom en ville fremstå som voksen og kul var det nødvendig å kvitte seg med dette klesplagget. Ungdom som lyttet til Jay-Z innehar de normene og verdiene som finnes i hip hop kulturen. Oppfordringer eller råd fra medieikoner viser hvordan media definerer hva som er "kult", og fremviser ungdomskulturelle fenomener som verdier, livsstiler og identiteter på en stor skala (Tingstad, 2006 i Roth, 2007). Unge fulgte Jay-Z sitt kles råd fordi denne idolpåvirkningen var i samsvar med deres verdier, normer og deres forestillingsregister (Rørhus, 1993). Disse innehar *literacy* eller kompetanse innenfor hip hop kulturen, ved å kunne bruke dens kulturelle redskaper men samtidig også innlevet med den kulturelle konteksten de er sveiset inn i (Østerud, Skogseth, 2008). Sagt annerledes er modellæring er alltid kontekstualisert, noen miljøer vil fremme visse kvaliteter, atferdsmønstre eller verdier mens andre miljøet vil hemme dem (Rørhus, 1993). Nedgangen i salget av basketballdrakter var så kraftig at kommisæren i NBA, Davis Stern spurte Stoute "maybe you could ask Jay-Z if he would change clothes back again?" (Stoute, 2011:201)). Dette er et eksempel på populærkulturens økonomiske makt og dens internasjonale tilhørighet (Hoem, 2010). Etter nedfallet av baskettrøyer kom jeans og dress skjorter inn i moten blant unge. Dette var et direkte resultat av at Jay-Z brukt disse klesplaggene og i "Change Clothes" (ble dette også nevnt i sangen "give me a fresh pair of jeans...button ups"). Disse klesplaggene ble dermed legitimert som "kule" samtidig som basketballtrøyer ble proklamert som ute av moten. Disse nye moteriktige fungerte som et symbol på ungdommens habitus, som kan "forstås som en form for kollektivt

subjektivitet, et system av internaliserte strukturer" (Aagre, 2003:24). Dette viser både hvilken økonomisk kraft unge har som en forbrukergruppe og hvor raskt ungdomskultur kan endre seg. Ved å adoptere en slik klesstil kan ungdom være med å konstruere sin stil gjennom hva som defineres som "kult" av massemedia, og dermed også være en del av en større ungdomskultur (Miegel, Johansson, 1992). Det er gjennom massemediene at ungdom blir eksponert mediefigurene som blir fremstilt som "bærere av sosiale og kulturelle egenskaper" (Hoem 2010:128), og dette er egenskaper som ungdom finner ønskelige. Det er media som fremstiller og som konstruerer hva som regnes som "kult". På like linje som skolen, er massemediene en institusjon som både skaper, organiserer og distribuerer kulturell kunnskap blant ungdom (Thornton, 1995). Jay-Z og andre globale superstjerner fungerer som forbilder og rollemodeller for ungdom fordi "ungdom vil ha en tilbøyelighet til å søke ut personer som er i en slik livssituasjon eller sosial situasjon eller rett og slett er slike de kunne tenke seg å være» (Rørhus 1993:41). Populærkulturelle helter vil dermed passe bra som rollemodeller for unge ettersom de representerer en type livsstil som oppfattes som ettertraktet. Samt at medieikonene innehar egenskaper som ungdom verdsetter. Vi opplever medieverden som en reel og viktig del av vår tilværelse gjennom vår sosialisering (Hoem 2010). Rollemodeller fører til imitasjon blant ungdommer enten dette gjelder klesstil, men ungdom kan også adoptere væremåte, normer og verdier fra rollemodeller også.

7.8 Modellæring

Ifølge Bandura (1977) er det tre mulige effekter av eksponering av modeller. Modelleffekten beskriver hvordan observatøren tar til seg et atferds potensialet eller et repertoar av atferd som personen ikke tidligere hadde som en følge av å observere atferden til en modell. Bandura beskriver den hemmende og den fremmende effekten av modelleksponering som et resultat av reaksjonen personen mottar med denne nye, tilegnede atferden. Dersom individet mottar positive reaksjoner på denne atferden vil det ha en fremmende, eller frigjørende effekt, men dersom en mottar negative reaksjoner vil denne atferden føre med seg en hemmende effekt. Fremmende eller frigjørende effekt vil føre med seg større sannsynlighet for at individet vil fortsette med denne atferden mens en

hemmende effekt som kan føre med seg negative sanksjoner i form av straff, vil redusere sjansen for at individet opprettholder denne atferden. Videre beskriver Bandura den utløsende effekten som realiseringen av at individet allerede innehadde et lignende atferds repertoar som modellen fremstiller eller utfører. En slik atferd regnes som sosialt akseptert realiseres gjennom andres atferd, og dette setter i gang en prosess som foregår som en slags "smitte" eller "herming". Bandura sine begrep om modelleffekter viser hvordan eksponering for modeller kan ha ulike virkninger for atferden til et individ som observerer denne modellen sin atferd (Rørhus, 1993). Jay-Z sin oppfordring til å droppe basketballtrøeyene regnes av Bandura som rekvisittfokusering. Denne typen av modelleksponering innebærer at modellen, i det tilfellet Jay-Z, retter søkelyset mot rekvisitter som han bruker i sin atferd (Rørhus, 1993). Disse rekvisittene som er klesplaggene han bruker vil dermed være et objekt til imitasjon av et publikum av unge som anser Jay-Z som en rollemodell eller et idol. Imitasjonen av Jay-Z sin *stil* blant hans unge fans kan knyttes opp mot modell læring, ettersom dette er forsøk på å bli som modellen gjennom etterligning av visse sider av modellen. En står fritt til å velge modeller, og dette blir valgt ettersom hvem man ønsker å bli like. (Frønes, 1994). Dette fører til at modeller slik som Jay-Z har mye makt og innflytelse, noe som tydelig kommer frem av nedgangen til "throwback jerseys".

7.9 Kollektiv identitet

Jay-Z sin oppfordring til å droppe basketballdrakter blir brukt som en matrise av unge som et alternativ for å konstruere deres sosiale identitet ved å bruke disse "kule" klesplaggene som symboler på deres subkulturelle kapital. Kultur blir relatert til media som igjen kan brukes av den enkelte individ til å bygge opp sin identitet, og dette gir mediene muligheten til å fungere som et medium for oppbygningen av ungdommers identitetskonstruksjon (Roth, 2007). Det er gjennom denne populærkulturen at en kan lære de normene, verdier og væremåten til de sosiale gruppene som de er medlem av (Miegel, Johansson, 1992). Denne kunnskapen som blir lært gjennom populærkulturen blir tatt med inn til skolen av ungdom, slik fungerer skolen som en arena der ungdommer bruker denne tilegnede subkulturelle kapitalen for å oppnå sosial status, og for å

unngå å ende opp som sosiale tapere. Phoenix og Tizard (1996) argumenterer at forbruket av mote og andre indikatorer på livsstil blir brukt for å informere andre om sin sosiale posisjon og derfor klesstil veldig signifikant som symboler (Furlong, Cartmel, 2007). Informasjon gjennom massemediene blir brukt, blant annet av unge for å oppnå personlige mål eller for å forutse fremtidig atferd (Papacharissi, 2011). Unge fans av Jay-Z vil forutse at andre unge som ser på Jay-Z som en rollemodell vil også slutte å bruke basketballtrøyer. Ifølge Blumer reagerer individer på deres tolkninger av andre mennesker sin atferd. Kollektiv atferd fungerer på samme måte, der individer tolker andre mennesker sin atferd og handler deretter (Levin, Trost, 1996). Det innebærer en overveieelse eller en tolkning om en bør "Change Clothes" eller ikke. Kulturell kapital kan brukes som en merkelapp på mange krefter innenfor populær og ungdomskulturen som påvirker dagens ungdom. Jay-Z viser eksemplifiserer at han er blant disse fenomener innenfor ungdomskulturer som innehar høy kulturell kapital og "god smak". Denne informasjon fra massemediene blir brukt av ungdom til å påvirke deres atferd og normer, samtidig som det kan være med på å konstruere deres identitet (Papacharissi, 2011). Ungdom er tilbøyelig til å etterligne medieikoner på grunn av deres sosiale makt og påvirkningskraft som modeller som unge ser opp til. Ungdommer vil prøve å finne løsninger på deres identitetskonstruksjon gjennom deres sosiale miljø. Mulighetene for å finne løsninger ligger i strukturer som allerede er oppretter og som er kjent innenfor det sosiale miljøet som personen befinner seg i (Cohen 1955, i Gelder, 2005). Slik kan modellering av rollemodeller fungere som løsninger ungdommer kan møte på i oppbyggingen av deres sosiale identitet.

7.10 Sosial påvirkningskraft

Det generaliserte andre har en sosial påvirkningskraft på individet og fungerer på den måten som en signifikant faktor. Signifikante faktorer kan opptre som blant annet symboler, objekter, personer eller institusjoner. Det generaliserte andre fungerer som et uttrykk som individet oppfatter som en sosial akseptabel norm for god atferd, det representerer også en standard som består av vellykkede meninger og væremåter. Begrep slik som det generaliserte andre og signifikante andre blir brukt som eksempler på sosial påvirkningskraft som er

viktigere enn andre krefter når det gjelder sosialiseringen til et individ sitt utfall (Hoem, 2010). Jay Z har en sosial påvirkningskraft på sine fans som oppfordrer til imitasjon ved å oppfattes som en generalisert andre blant sine fans, deriblant mange unge. Dermed vil å «Change Clothes» fungere som et symbol på identitet, og at individ er *in the know* slik som Stoute (2011) beskriver og innehar *literacy*. Det er i form av det generaliserte andre at ulike sosiale prosesser påvirker atferden til individer. Det er samfunnet eller den sosiale gruppen som innehar en kontroll over atferden til deres ulike medlemmer. I form av hva de regner som akseptabel oppførsel eller handlinger, som individet internaliserer og gjør til sine egne. Individet blir et medlem av samfunnet ved å forstå seg på hva som regnes som akseptabel atferd eller holdninger og handle ut ifra disse standardene. Å oppføre seg i samsvar med akseptable normer og verdier satt av andre individer starter allerede i barndommen og blir brukt for å løse problemet med å konstruere en identitet, og er sentralt for utviklingen av selvet. Identitetskonstruksjon er dermed en sosial prosess, som konstrueres gjennom interaksjon med andre mennesker, ifølge Mead (Mead, 1974).

8. Populærkultur

8.1 Forholdet mellom populærkultur og skole

Ifølge Williams (1983) kan begrepet populærkultur defineres som verk av intellektuelle og særlig kunstnerisk aktivitet (Storey, 2001:2 i Fisher, Harris, Jarvis, 2008). Videre kan populærkultur, ifølge Storey (2001), regnes som et medium som når et stort publikum. Ved å nå ut til et bredt publikum representerer populærkultur en kultur som er godt likt av masse mennesker og som en masseprodusert kultur som er beregnet for et stort publikum. Populærkultur er en del av våre liv i dagens samfunn, populærkultur sammen med utdanning danner en dynamisk moderne eksistens som vi lever i. I senere tid har en god del forskning vært viet til forholdet mellom populærkultur og utdanning. Slik som arbeidet til Giroux (2002) og Daspit og Weaver (2000) som fokuserer på en ”decentring critical pedagogy” som utforsker hvordan populærkultur inneholder alternative synspunkt på utdanning og ved å se på hvordan populærkulturen også har en pedagogisk påvirkningskraft på mennesker. Et slikt forhold mellom populærkultur og utdanning eksisterer som en følge av at populærkultur gir unge mennesker et alternativ til å konstruere virkeligheter som kan konkurrere med den pedagogiske diskursen når det gjelder utdanning i visse tilfeller. Det er flere diskurser som omhandler skolen og utdanning som sirkulerer i populærkulturen og slik blir ulike bilder av utdanning konstruert, både på godt og vondt. Populærkultur konstruerer både positive og negative fremstillinger av skolen. Den negative tonen som populærkultur har brukt for å fremstille skolen kan sees i film, tv serier og musikk. Gjennom musikken er det flere eksempler på en devaluering av den pedagogiske diskursen, og sosial kategorisering av stereotypiske sosiale identiteter fremstilt gjennom filmer som for eksempel *The Breakfast Club* (1985) og *Mean Girls* (2004). Det er viktig å merke at det finnes positive konstruksjoner av skole gjennom populærkultur, for eksempel i filmer der protagonisten bruker utdanning som et redskap for å bedre deres økonomiske og sosiale vilkår i veien mot et bedre liv. Det er vanskelig å generalisere populærkulturen sin fremstilling av skolen og skolesystemet, siden dette er både mangfoldige og noen ganger motstridende. Likevel opererer flertallet av representasjonene innenfor populærkultur på en mer skole fiendtlig basis. Dette kan delvis forklares som et resultat av at vesentlige elementer innenfor populærkulturer, har drivkraften sin for det meste fra opposisjonelle ungdomskulturer

(Fisher, Harris, Jarvis, 2008). På den andre siden har skolen sin rolle historisk sett vært å fungere som en felles kultur med fokus på å motarbeide populærkulturen (Roth, 2007). I kampen mellom populærkulturelle virkemidler og skolen om oppmerksomheten til elevene blir skolen som oftest taperen ifølge Hoem (2010), fordi populærkultur og skolen operer på to ulike verdigrunnlag. Skolens verdigrunnlag kan være en grunn til at noen elever mistrives. En uenighet med skolens verdier blant elever kan skyldes at de foretrekker uformell sosialisering fremfor formell sosialisering. Populærkulturen vinner terreng fordi det er sjeldent at en lærer har den samme påvirkningskraft som en kjendis på sine elever. Lærerens påvirkningskraft avhenger i størst grad av ens personlighet eller faglige engasjement. Derfor må læreren opptre som særlig egnet blant sine elever for å kunne oppfattes som en signifikant andre (Hoem, 2010).

8.2 Negative fremstillinger av skolen i populærkultur

Skolens normer, verdier og forventningene til elever passer ikke alltid overens med visse sider av "maskuline" populærkulturelle verdier. Populærkultur fremstiller motstridende signaler rettet mot ungdom, mens tradisjonelle sosialiseringssagenter slik som skolen fremstiller tradisjonelle normer vektlegger mediebilder fremleggingen av liberale normer (Roth, 2007). Populærkultur har fremstilt modeller med gutter som mindre flinke på skolen og med større tilbøyelighet for vold og andre tegn på antisosial atferd, samtidig som de fremstiller stereotypen om at akademisk suksess ikke er forenlig med maskulinitet (Wortham, 2006). Slike fremstillinger har innflytelse på unge ettersom populærkultur adopteres i sosiale grupper som gjenspeiles gjennom unges normer, verdier og holdninger. Idealer, verdier og livsstil knyttes ofte til idoler og dette er et trekk ved konstruksjonen av identitet og sosialisering i ungdomsalderen. Ungdom bruker musikk, enten ved å produsere det eller forbruke det, som et redskap for å prøve å forstå verden rundt seg, ifølge Bennett (2001). Unge representerer en god andel av dagens musikkforbrukere er det naturlig at skole og utdanning er blant temaene en finner i musikken. Temaer slik som mobbing, anti skole budskap, marginalisering og isolering på skolen er temaer som stadig dukker opp i musikk (Fisher, Harris, Jarvis, 2008). Negative fremstillinger av skolen kan blant annet sees i hip hop kulturen, som idealiserer ferdigheter som læres

utenfor skolen som kan beskrives som "street smarts". Disse ferdighetene er heller ikke alltid forenlig med de normer og verdier som samfunnet vurderer som akseptable. Gangsterne i rap videoer brukes som helter for å fremstille de tragiske realitetene av å leve i et urban, fattig samfunn, samtidig som det fremmer et macho og maskulint syn (Ferguson, 2000). Disse verdiene kan eksemplifiseres gjennom en av sangene til Meek Mill :

*"When I went to school they taught me everything but to get money...I ain't wanna be no lawyer,a doctor, I wanted to be a money getter"*⁵

Slik vektlegges ferdigheter som ikke kan læres på skolen men gjennom livets skole, altså ved å tjene penger gjennom kunnskap som ikke er lært på skolen. Slike budskap forteller unge at de ikke trenger å gjøre det bra på skolen for å tjene mye penger senere i livet, eller at ferdighetene og kunnskapene lært i skolen ikke er verdifulle dersom du er en mester i ferdigheter som er lært utenfor skolen. Glorifiseringen av slike historier kan føre til modellæring blant unge som ser opp til slike skikkelser. Signifikante faktorer har sterkest påvirkningskraft på ungdom, det dreie seg om symboler, personer eller institusjoner (Hoem 2010). Hvis unges idoler har et negativt syn på skolen som uttrykkes gjennom for eksempel deres musikk, verdier eller holdninger kan dette ha påvirkningskraft på unge. En av musikken største stjerner i dag, Kanye West gav i 2004 ut det prisbelønte albumet "The College Dropout", som solgte over 4 millioner kopier på verdensbasis. Albumet er basert på West sin avgjørelse med å droppe ut av universitetet og satse på alt musikken i stedet. Det gjennomgående temaet i albumet er at en trenger ikke å ta høyere utdanning for å være suksessfull i livet. Slik som West eksemplifiserer ved å gjenta at han først ble suksessfull etter han bestemte seg for å droppe ut av skolen.

8.3 The College Dropout

"Told them I finished school and started my own business, Oh you graduated? No I decided I was finished." – Kanye West, *School Spirit (2004)*.

⁵ Meek Mill – Professional Money Getter (2010)

Sitatet overfor illustrer West sin uenighet med diskursen i utdanningsinstitusjonene. Kanye West symboliserer dermed opprørskheten mot diskursen i skolen som det er flere eksempler av i populærkultur, og West vektlegger andre ferdigheter, evner eller kompetanser som er lært utenfor skolen som viktigere. Et av budskapene i "The College Dropout" er at en skal følge sin egen drøm, uavhengig av hva andre eller samfunnet forventer av deg.

"This chick graduated at the top of our class, I went to Cheesecake she was a waiter there". - Kanye West, School Spirit (2004)

West velger her å kontrastere sitt valg med å droppe ut av skolen med jenta som fikk de beste karakterene i klassen hans. Hun endte opp som servitør på restauranten Cheesecake Factory mens West ble en global kjendis. Kanye West legitimerer sitt valg med å droppe ut av skolen med hans suksess, og peker akademisk suksess på skolen ikke alltid er forenlig med suksess i livet ⁶. Negative holdninger mot skolen fra populærkultur er ikke bare forbeholdt hip hop men har eksistert i populærkultur i lang tid. Denne rebelskapen blant unge kan blant annet sees i filmen "Rebel Without a Cause" (1955), med James Dean som senere ble et symbol på opprørskheten blant ungdom, gjennom populærkulturens masseproduserte fremstilling av "ungdomskultur". Negative holdninger til skolen har også eksistert i musikk i lang tid og er ikke bare reservert for hip hop sjangeren. Pink Floyd gav ut albumet "The Wall" i 1979 som solgte over 20 millioner kopier på verdensbasis. Den største hiten fra albumet var "Another Brick in the Wall, Part 2", her synger Pink Floyd på refrenget: *"We don't need no education. We don't need no thought control. No dark sarcasm in the classroom. Teachers leave them kids alone."* Sangen er en klar protest mot skolen, og et godt eksempel på hvordan populærkultur og skolen ikke alltid har de samme normene og verdiene. Teksten og dynamikken til Pink Floyd i samspill med de visuelle bildene som sangen skapte av skoleskolesystemet som en institusjon som fungerer som en menneskelig kjøttkverner.

⁶ Ironien her er at moren til Kanye West, Donda West jobbet som professor i Engelsk på universitetsnivå i mange år.

8.4 Another Brick in The Wall

Pink Floyd fremstiller både gjennom visuelt og gjennom sangteksten et bildet av elever som kontrollert av skolesystemet. Der utdanning opererer som et verktøy som skal sørge for at unge mennesker ter seg i samsvar med de sosiale normene og forventningene som er stilt overfor dem. Et av hovedpoengene til "Another Brick in the Wall, Part 2" er at utdanningsinstitusjoner ikke bidrar til kognitiv utvikling men til gjengjeld utøver skolen tanke kontroll over sine elever. Dette kommer til syne i musikkvideoen der skolelever fremstår som soldater som styres av skolen. Budskapet i sangen kan sammenlignes blant annet med Foucault sitt syn på utdanningssystemet og makten institusjonen innehar over elever. "Another Brick in the Wall, Part 2" er en av de mest ikoniske og mektigste anti skole fremstillingene innenfor populærkultur. Sangen er i samsvar med Althusser sitt syn der utdanning fremstilles som et ideologisk verktøy som blir brukt av statsmakten for å forme de unges atferd og tankemønstre for å opprettholde den sosiale strukturen som finnes i samfunnet. Althusser hevder blir skolen brukt av statsmakten for å indoktrinere barn og ungdom med ideologien til den styrende statsmakten (Fisher, Harris, Jarvis, 2008).

8.5 No Surrender

Videre finnes det andre verdenskjente artister som Bruce Springsteen med negative fremstillinger av skolen. På sangen "No Surrender" fra albumet "Born in the U.S.A." fra 1984, innleder Springsteen sangen på følgende måte: " *Well, we bursted out of class. Had to get away from those fools. We learned more from a 3-minute record, baby. Than we ever learned in school*". Springsteen refererer her til at det finnes andre typer kunnskap som en kan tilegne seg, en type kunnskap som en ikke lære på skolen. Dette er i samsvar med teksten til Meek Mill og Kanye West, kunnskapen lært utenfor skolen er i flere tilfeller viktigere enn skolekunnskap. Ungdomskultur har forskjellige måter å definere det å være smart på, her er det vanlig å skille mellom "street smart" og "book smart". Gjennom media blir slike verdier fremstilt, og flere kjente figurerer fungerer som rollemodeller for unge kan inneha disse verdiene. Fremstillingen av slike verdier gjennom media kan ha sterk appell på ungdom (Hoem, 2010).

9. Media

9.1 Digitalisert media

"Massemediene spiller en sentral rolle som formidlere av alternative løsninger på ungdomstidens identitetsprosjekt" (Rørhus, 1993:19). Unge imiterer rollemodeller, medias formidling av ideale prototyper og hvilke uttrykksformer som er ønskelige. Gjennom dagens digitaliserte verktøy får ungdom sin input, massemedia er med på å forme både opinion og andre kulturelle valg som vi mennesker står ovenfor (Papacharissi, 2011). Media er den viktigste forskjellen mellom den kulturelle kapitalen til Bourdieu og den subkulturell kapitalen til Thornton, fordi media er hovedaktøren i distribusjonen av subkulturell kapital. Massemediene er sentrale for både definisjonen og fremstillingen av kultur for unge som kan omsettes til kulturell kapital (Thornton, 1995 i Gelder, 2005). På en side har mediepåvirkning oppstått i samspillet mellom individets personlige forestillinger og medieeksponering. På den andre siden representeres dette gjennom individets tidligere erfaringer, normer, verdier og behov (Rørhus, 1993). Dagens mediekultur har gitt unge økt makt i form av at de har større kontroll over deres personlige identiteter (Miles, 2000), som en følge av at de kan velge fritt mellom "livsstilspakker" som strømmer fra media. Unge kan foreta et refleksivt valg i henhold til kriteriene som er viktige for individet. Populærkultur fungerer også som et redskap for å kunne takle med ulike maktrelasjonene som foregår i individets omgivelser (Miegel, Johansson, 1992). Ifølge Giddens er selvet et resultat av en balanse mellom innflytelse fra sosiale strukturer og den personlige identiteten. Slik som samfunnet påvirker oss som forbrukere på en side, og hvordan vi som individer tar inn slike innflytelser (Miles, 2000). Media er aktivt med på å gjengi hva som er på moten innenfor ungdomskulturer, eksemplet med Jay-Z viser hvordan media er med på å definere og forme dagens ungdomskulturer, men også den aktivt skaper dagens ungdomskulturer. Media blir ofte beskrevet som den fjerde statsmakt, men kan på sett og vis bli betraktet som den første statsmakt når det kommer til ungdomskulturer. Fordi media distribuerer ungdomskultur på løpende bånd i form av for eksempel musikk, mote og kultur. Det postmoderne samfunnet er gjennomsyret av samtidighet. Gjennom fjernsyn, internett eller andre

medieformer blir hendelser og begivenheter samtidig kjent over hele verden (Hoem, 2010). Media er med på å skape en felles "ungdomskultur" eller en kollektiv ungdomsidentitet gjennom deres markedsføring av deres mote eller musikkprodukter som "ungdomsprodukter" (Øia, Krange, 2005) og på den måten skape et overfladisk felleskap basert på alder med tanke på å selge sine produkter og ideer.

9.2 Globalisering

"If someone has broadband, dial up or access to an internet cafe, wether a kid in Cambodia, the university professor, or me who runs this search engine, all have the same basic access to overall research information that anyone has. It is a total equalizer "- Sergey Brin, Google grunnlegger (Friedman, 2006)

Dagens teknologier kan knyttes sammen med hverandre og danne et i nettverk. Castells bruker begrepet *nettverkssamfunnet* for å beskrive hvordan dagens samfunn er representert gjennom en logikk eller sosial struktur som påvirker både økonomi og politikk. Dagens nettverkssamfunn gjør det lett å få tak i informasjon, kommunisere med hverandre og dele digitale medier som bilder, film eller musikk (Skogseth, Østerud, 2008). Ifølge Hoem (2010) fungerer dagens postmoderne, eller senmoderne samfunn som et nettverkssamfunn. Som et resultat av globaliseringen så er jorden flat, informasjon flyr fra kontinent til kontinent i løpet av sekunder. Vi har gjennom vår sosialisering blitt "innforlivet med medie verden og opplever den som reel og en viktig del av vår tilværelse (Hoem, 2010:77). Dette påvirker ungdomskultur, i dag kan for eksempel artister direkte ha kontakt med sine fans gjennom sosiale medier som twitter, på denne måten blir kommunikasjonen mellom populærkultur og ungdommer raskere og mer effektiv.

9.3 Sosiale medier

Page (2012) bruker begrepet sosiale medier for å referere til internett baserte applikasjoner som oppfordrer til sosialt interaksjon mellom deltagerne eller aktører, dette gjelder blant annet diskusjonsforum, blogger, sosiale nettverkssider, video deling og mikroblogging. Mens massemedia fungerer som

en kringkastings mekanisme som når ut til et stort publikum, fungerer sosiale medier som et verktøy der innholdet blir spredt rundt av et nettverk av individer som deltar i disse mediene. Innholdet i sosiale medier kan bli publisert av hvem som helst samtidig som innholdet kan bli distribuert og fremstilt for et stort publikum. Sosiale medier understreker det sosiale aspektet ved internett aktivitet. Dette gjelder spesielt den kommunikative interaksjonen mellom de ulike deltagerne og betydning denne interaksjonen kan ha for både den personlige og sosiale identiteten til de som velger å delta i sosiale medier. Sosiale medier slik som blogger, forum og andre sosiale nettverkssider opererer ikke som isolerte eller statiske siden. Disse sosiale mediene fungerer som et delt rom som gjør det mulig å komme med kollektive bidrag i form av innhold, kommentarer og redigering av sidene (Page, 2012). I dagens senmoderne samfunn brukes interaktive digitale medier som plattformer for mye av vår kommunikasjon. Digitale medier, som for eksempel facebook, brukes for å utvikle både kompetanse og konstruksjon av identitet (Skogseth, Østerud, 2008). Sosiale medier, fungerer som sosialiseringsarenaer som er en annerledes møteplass enn unge har hatt. Internett har blitt en stor påvirkningskraft blant unge og fungerer både som en viktig base for samhandling mellom jevnaldrende aktører men også en viktig base for kunnskap. Derfor er sosiale medier en arena der unge kan utforme og fremstille deres identitet. Sosiale medier er et rom som fungere som en møteplass for unge der de har muligheten uttrykke seg selv fritt sammen med sine venner, uten innblanding av verken lærere eller foreldre. Verken familien eller utdanningsverket har innflytelse hva media fremstiller unge for og dette svekker dem som sosialiseringsinstitusjoner (Hoem, 2010). Den ungdomskulturelle orienteringen blir både definert og utviklet av ungdommer. Graden av hva som er kult foregår i vertikale relasjoner mellom ung til ung (Aagre, 2003). Massemediene fremstillinger fungere som et voksenfritt rom hvor ungdommen har høyere literacy enn foreldregenerasjonen.

9.4 Facebook - et online samfunn

Rheingold (1993) at sosiale medier, eller "det online samfunnet" fungerer som et svar for å fylle vakuumet som har blitt etterlatt etter oppløsningen av de tradisjonelle båndene i det moderne samfunnet. Felleskap vektlegges på

Facebook, ved påloggingssiden med følgende budskap "Facebook helps you connect and share with the people in your life". Sosiale medier virker som et medium for ønsket etter et felleskap. Ifølge Bell og Newby (1974) kan et felleskap kan beskrives som et mønster av interaksjon som er et resultat av regelmessige transaksjoner av informasjon. Facebook fungerer som et online samfunn på bakgrunn av folk utvikler kollektive meninger, normer og verdier. Individet oppfører seg, og fremstiller seg selv i henhold til hva som regnes som sosialt akseptabelt innenfor sosiale medier. Sosiale medier er basert på de samme normene og verdiene som det overordnede samfunnet, den eneste ulikheten er at de er tilpasset til en online setting. I likhet med identitet fungerer sosiale medier som Facebook ikke som en enkel enhet, men kan fungere som flere ulike samfunn. Det er en arena der flere forskjellige samfunnet på nett kan formes og utvikles (Papacharissi, 2011). En måte å oppnå sosial aksept blant sine jevnaldrende er gjennom antallet av venner en har (Coleman, 1961), i sosiale medier kan dette sees blant annet gjennom antall venner unge online. Antall venner en har på facebook regnes som en form for sosial kapital. Som referer til fordelene et en drar nytte av gjennom forbindelsene som oppstår gjennom sitt sosiale nettverk. Slik kan et online samfunn som Facebook fungere som en arena for status og utformingen av sosial kapital. Popularitet blir beskrevet av noen ungdommer i Groruddalen som "flere likes på Facebook statuser". Antall venner på en side som Facebook kan sees av alle som er innom personens profil, og fungerer dermed som synlig sosial kapital. Den offentlige fremstillingen av sosiale relasjoner på Facebook fungerer som en selvbekreftende prosess gjennom individets medlemskap i ulike sosiale sirkler. Gjennom denne prosessen blir både personlige og sosial identitet fremstilt i individets profil på sosiale medier. Sosial aksept blant jevnaldrende er viktig for ungdommen og unge velger selv hvordan de vil presentere seg på sosiale medier i henhold til dette. Denne fremstillingen kan være et uttrykk for hvordan en ønsker å bli sett på av andre, eller hvordan en ser seg selv. Slik kan sosiale medier fungere som en arena som gjør at ungdom kan skape et positivt selvilde. Derfor blir kroppslige og språklige uttrykksmåter sentral i hvordan unge velger å fremstille seg selv på sosiale medier. Slik kan sosiale medier som Facebook fremstå som et felleskap

som kan gi ungdom en følelse av tilhørighet som kan mangle i deres omgivelser (Papacharissi, 2011).

10. Skolen som en sosial arena

10.1 Organisert sosialisering

Hjemmet er den primære sosialiseringen der barnet er i interaksjon med sine foreldre, mens skolen er en sekundære sosialiseringen der ungdom opparbeider seg ulike kunnskaper, verdier og ferdigheter i møtet med skolen som en institusjon (Østerud, Skogseth, 2008). Tradisjonelle felleskapet som slekt og lokalsamfunn har blitt svekket av moderniseringen, og ut av dette har institusjonelle felleskap slik som skolen vokst seg sterkere. Skolen er viktig sosialiseringsarenaen i de formative årene siden en tilbringer hele sin oppvekst på skolen. I pedagogisk sammenheng kan sosialisering defineres som "den prosess som gjør individet til et samfunnsmedlem" (Beck, 2009). Interaksjon mellom elever uunngåelig, det samme gjelder interaksjon mellom lærere og elever. Slik er skolen en arena for sosialisering med stadig interaksjon mellom ulike aktører. Ifølge Bernstein fører skolen en "usynlig pedagogikk", der store deler av den sosiale og kulturelle delen av livet blir lagt under skolen (Beck, 2009). Sagt annerledes, så kommer elevene til skolen for å lære, men skolen er også en plass der en møter sine venner og klassekamerater.

10.2 Sosialisering og læring, to ulike prosesser?

Ifølge Wenger (1998) er det vanskelig å skille læring og sosialisering siden læring, å beherske visse ferdigheter og å være en del av et praksisfelleskap inneholder prosesser knyttet til individet og dets identitet. Læring handler om å innta roller fordi læring innbefatter hvem et individ er og hvordan det gitte individet blir vurdert av andre personer. En vil handle ut ifra både kulturelle forventninger og normer som andre forbinder med det gitte individet sin identitet. Mens andre mener det går et skille mellom sosialisering og læring, der læring i er formidlingen av faglig kunnskap som foregår i utdanningsinstitusjoner mens sosialisering er overføringen av kunnskaper, normer og verdier i dagliglivet (Skogseth, Østerud, 2008). Latour ser

sosialisering og akademisk læring som to separate prosesser, selv om de kan foregå samtidig og påvirke hverandre (Wortham, 2006). Undersøkelsen til Beck (2011) viser at skolen ikke bare er en læringsarena, men at det også er en signifikant sosialiseringsarena blant unge her til lands. Trivsel på ungdomskolen i høy grad knyttet til sosiale aspekter, elever som ikke trives med faglig svarer i høy grad at de trives sosialt på skolen. Av elevenes om deltok i undersøkelsen trivdes 92% svært eller veldig bra på skolen, altså trives nesten alle elevene på skolen selv om de er både faglig og sosialt ulike. Mens 65% av elevene var helt eller delvis enige å være sammen med medelever var det viktigste på skolen (Beck, 2011). Sosialisering er veldig viktig i ungdommen siden ens personlige identitet utvikles under barndommen og frem til voksen alder mens den sosiale identiteten kommer tydeligst i uttrykk i ungdomsårene (Worchel, Austin, 1986). Derfor må unge finne sin plass i forhold til jevnaldrende via en sosialiseringsprosess. Her står vennegjengen spesielt sterkt og unge ser til hverandre for å utforme de sosiale spillereglene som brukes i skolen. Ifølge Mead (1971) er vårt samfunn på vei inn i en pre figurativ kultur "hvor jevnaldrende i høyere grad enn noensinne erstatter foreldrene som betydningsfulle atferds modeller" (Mead, 1971:96 i Skogseth, Østerud, 2008). i dagens risikosamfunn må unge være kompetente og beherske flere sosiale spilleregler innenfor flere arenaene enn før. Derfor kreves det mer komplekse svar i når det gjelder å svare på spørsmål rundt deres læring, sosialiseringsdannelse og deres *literacy*.

10.3 Akademisk og sosial læring overlapper

Det er ikke bare læring som foregår under skoletiden, men andre prosesser som sosial identifikasjon, makt relasjoner imellom elever og andre personlige anliggende. Sosiologiske og antropologiske klasseroms studier har i løpet av de siste fire ti årene avdekket at akademisk og sosial læring overlapper i klasserommet (Wortham, 2006). Disse sosiale prosessene overlapper sammen med den akademiske læringen på skolen. Et ontologisk syn på akademisk læring står i motsetning til teoretikere som Latour som hevder at sosialisering og akademisk læring er to ulike prosesser. Et slikt ontologisk syn representeres blant annet av Packer og Goicoechea (2000) som hevder akademisk læring forandrer hvem vi er som personer, og kunnskap er en viktig del av prosessen

for å forandre seg som individer. Siden akademisk læring endrer vår identitet overlapper akademisk læring og sosial identifikasjon. Sosiale og akademiske prosesser jobber sammen i utviklingen av individets sosiale identitet på skolen. Dette er forenlig med Foucault som hevder at institusjoner som klassifiserende arenaer hvor sosial og akademisk læring overlapper (Wortham, 2006). Moderne sosiologi har over de siste tiårene avdekket at sosial og akademisk læring i mange tilfeller ikke kan regnes som to separate prosesser siden relevante metapragmatiske og kognitive modellene ikke kan separeres fordi den metapragmatiske modellen er en del av en større kognitiv modell som individer bruker for forstå andre en inngår i interaksjon med. Slik vil sosiale prosesser slik som maktrelasjoner mellom de ulike aktørene, sosiale handlinger og andre ikke akademiske prosesser bli en del av skolehverdagen. Akademisk læring brukes for å hjelpe folk med å forstå seg på verden, og for å oppnå dette er akademisk læring avhengig av sosiale prosesser og strukturer. Derfor er det ikke snakk om ren akademisk læring, men heller at akademisk læring er gjennomsyret av ulike sosiale prosesser (Wortham, 2006). Et slikt syn er i samsvar med Bernstein sitt begrep om pedagogisk praksis som betraktes som en sosial kontekst. Innenfor denne sosiale konteksten utspiller det seg både kulturell produksjon og reproduksjon. Siden den pedagogiske praksisen utspiller seg på en sosial arena vil dette medføre seg en kamp om den symbolske kontrollen (Chouliaraki, Bayer, 2001.). En slik symbolsk kamp om kontroll som foregår innenfor elevenes sosiale verden, men også skolen sin bruk av både pedagogisk praksis og diskurs i form av regler og karakterer. En trenger å forstå de kompliserte prosesser bak akademiske læring og sosial identifikasjon som knytter dem sammen. Ifølge Putnam (1998) er kroppen, sjelen og verden flettet sammen og derfor fungerer kunnskap kun gjennom interaksjon med disse sammenflettede komponentene. (Wortham, 2006). Akademisk læring og sosial identifikasjon kan ansees to sider av samme sak.

10.4 Akademiske og sosiale merkelapper

Dersom elever følger skolens regler for oppførsel og akademisk innsats vil de bli belønnet med bra karakterer men hvis en ikke følger disse retningslinjene vil en motta negative sanksjoner. Slik blir en presset til å forme sin rolle og identitet

etter de forventningene som er stilt av samfunnet og skolen (Beck, 2009). Ifølge stemplingsteori kan elever få negative merkelapper på seg av skolen, en slik merkelapp kan for eksempel den "bråkete" eleven. Slike merkelapper kan etterlate negative spor i elevens psyke og kan ha konsekvenser for fremtidig oppførsel (Imsen, 2005). Studier har påvist at lærere som ikke bruker metoder for å straffe elever er den beste måten for å oppnå en positiv sosialisering av elevers verdier og atferd (Brophy, 2006 i Utdanningsdirektoratet, 2012). For å forstå hvordan elever lærer og bruker denne kunnskapen, må dette knyttes opp mot eleven sin sosiale identitet. Og for å forstå hvordan en får sosiale merkelapper av andre trenges en forståelse for hvordan identitet er knyttet opp mot elevers tolkninger av sine omgivelser og verden rundt. Hvordan eleven tolker verden rundt seg knyttes ikke bare opp mot sosial identitet, den er også med på å begrense den gitte identiteten (Wortham, 2006). Det er ikke bare skolen som setter merkelapper og identiteter på elevene basert deres forutsetninger og mål, dette skjer også blant elevene som ved å gi hverandre negative merkelapper, for eksempel "nerd". Slike sosiale merkelapper fungerer som kategoriseringer, altså kognitive prosesser som gjør at en organiserer omgivelsene inn i grupper eller kategorier av personer, objekter eller lignende. Ved bruk av slike merkelapper en bli kategorisert på bakgrunn av likheter, deres atferd, deres handlinger og deres intensjon bak deres oppførsel (Austin, Worchel, 1986). Akademisk og sosial identitet fokuserer på hvert sitt kunnskapsområde, der skillelinjen går mellom formell og uformell kunnskap. Akademiske identitet er med på å forme hvordan elever vurderer hvem de er, hvordan andre tenker om den og i tillegg til hvordan en tenker man bør bli i fremtiden i forhold til akademisk suksess (Hath, 2007). Mens den sosiale identiteten er den delen av selvet som er medlem av sosiale grupper (Hogg, Vaughan, 2008). Det går et annet skille mellom ungdom og elev, og en mulighet for et skille mellom utdanningsforskning og ungdomsforskning. Dette er ikke bare et skille mellom to begreper, men dypere sett er dette et skille mellom "historiske metavitenskapelige motsetninger" (Stafseng, 2002:340).

10.5 Skolen som et sosialt system

Parsons defineres et sosial system som et felleskap av individuelle aktører som er i interaksjon med hverandre (King 1983). Skolen passer denne definisjonen av et sosial system, dette gjelder både sosiale og akademiske aspekter ved klasseromssituasjonen. Klasserommet fungerer som et sosialt system siden det består av individer med ulik sosial og kulturell bakgrunn. Elevene har forskjellige erfaringer med mestring og ulike forventninger til skolen. De har også ulike oppfatninger av hvordan de skal bidra i egen læring og hvordan de skal bidra i et læringsfellesskap (Utdanningsdirektoratet, 2012). Det er lærerne som har makten til å gi elevene akademiske merkelapper slik som flink eller udisiplinert, men samtidig har elevene kontret dette ved å ha egne sett verdier som er med på å klassifisere elevene gjennom sosiale merkelapper. Positive akademiske merkelapper kan nedfelles som negative sosiale merkelapper blant elever, for eksempel kan skoleflink være synonymt med "nerd". Slik kan akademiske og sosiale merkelapper overlappe for å klassifisere elever på skolen. Utdanningen er en sosial struktur som påvirker atferden til elever, og legger en demper på atferd som skolen definerer som uønsket (King 1983). Det er læreren som har ansvaret for klassemiljøet og læreren påvirker både elevens læringsutbytte samt elevens atferd. Videre påvirker læreren elevens atferd og læring indirekte ved å skape et godt klassemiljø som skaper tryggheten for læring og sosial utvikling (Utdanningsdirektoratet, 2012).

10.6 Vennegjengen

Unge som føler sosialt at de ikke blir anerkjent vil påvirke en negativ, og vil negativ oppfattelse av seg selv. Vennegjengen er alfa omega i ungdomsårene er en periode av identitetskonstruksjon. Ifølge selvbekreftelsesteorier er en motivert for å konstant bekrefte sin selvoppfatning, gjennom ulike strategier. Mennesker søker etter måter å etablere og holde på situasjoner, eller forhold for å verifisere sin identitet. Forhold til andre er viktig fordi det beskytter individer mot sårbarhet i kampen mot livets utfordringer og fungerer som kontekster der individer velger bekrefter av sin identitet. Ifølge Cast og Burke (2002) har selvtillit utspring fra et ønske om selvbekreftelse for både individets selvoppfatning og identitet (Burke, Stets, 2009). Siden sosialisering står spesielt

sterkt i ungdomsårene er vennskap en form for kontrakt som gjenspeiler gjensidighet mellom likeverdige. Dagens utdanningssamfunn er med på å forsterke kontakten som jevnaldrende har med hverandre siden tilbringer så mye tid sammen på skolen. Det legges en grobunn for utviklingen av en kultur mellom jevnaldrende på skolen, en slik kultur mellom jevnaldrende vokser frem som et resultat av at unge sosiale samhandlingspartnere på skolen er stort sett jevnaldrende (Frønes, 1994). Vennegjengen fungerer som et *generalisert andre* for unge som er den sosiale gruppen som påvirke individet. Individet internaliserer gruppens verdier og bruker gruppen som et referansepunkt for hvordan en skal føle og oppfatte seg (Levin, Trost, 1996). En mulig forklaring på at en vektlegger gruppen sin smak istedenfor sin egen personlige smak er behovet individet har for å opprettholde både en sosial og en kulturell identitet (Miegel, Johansson, 1992). Vennegjengen fungerer som en sosial prosess eller aktivitet som inngår i den dagligdagse livsverden til ungdom flest. Det er gjennom medlemskap i sosiale grupper eller det overordnede samfunnet som et individ utvikler selvet, og internaliserer ulike normer og verdier som blir fremstilt av andre individer eller omgivelser i samfunnet. Ifølge Tajfel (1972) er det viktig for individet å tilhøre en sosiale gruppe ettersom det spiller en signifikant rolle for individets følelser. Tilhørighet til en sosiale gruppe fører med seg konstruksjonen av en positivt sosial identitet dersom den gitte sosiale gruppen sine karakteristikk regnes som å være bedre enn andre grupper av sine medlemmer (Austin, Worchel, 1986). Som for eksempel Jazz musikerne som følte deres sosiale gruppe hadde høyere status enn andre grupper. Ungdommer følger det utilitaristiske prinsippet om å unngå smerte og søker etter ønsket om glede (Hughes, Martin, Sharrock 2003). Derfor er de ute etter sosiale belønninger som inkludering i vennegjengen og lignende i det sosiale systemet blant ungdommer. Denne søken etter aksept blant jevnaldrende er ikke alltid forenlig søken etter akademisk suksess. Det kan for eksempel være viktigere å være flink i sport for å bli godt likt av medelever, enn å gjøre det bra akademisk på skolen (Coleman 1961).

10.7 Å skille seg ut men samtidig passe inn

"Got to blend in, but still stand out" – Phil Ade, Coming Home (2011)

Ønsket om å bli sett som et individ samtidig å være en del av et kollektiv kan sees i lys av Durkheim sitt syn på forholdet mellom individualitet og sosial identitet. Dette synet på identitet legger til grunn for at en person både innehar individuell frihet og men samtidig er under påvirkning av kollektive krefter. Dette er et resultat av at den personlige identiteten ikke er identisk med den sosiale identiteten som åpner opp for rom i et individs identitet for individualitet, spontanitet og kreativitet (Moore, 2004). Selv om det er viktig for unge å føle de er med i et kollektiv, er det også viktig å kunne fremstå som et individ. Ifølge Erikson er det gjennom vår personlige identitet innehar et ønske om å være et unikt individ og skille seg ut fra andre (Williams, 2011). Featherstone (2007) hevder at individets talemåte, fritidsinteresser og klesstil fremstår som indikatorer på individualitet. Både når det gjelder individuell smak og stil til forbrukeren av slike godene (Featherstone, 2007). Individer er innblandet i en konstant kamp mellom å balansere sitt ønske om å tilhøre en gruppe på en side og å konstruere personlig uavhengighet som unike individer på en annen side (Austin, Worchel, 1986). Ifølge Simmel kan individualitet bare utvikles og opprettholdes gjennom sosiale grupper, som for eksempel vennegjengen. Det er medlemskapene i sosiale grupper at individer utvikler deres individualitet (Miegel, Johansson, 1992). Ifølge den psykologiske tradisjonen etter Erikson og den sosiologiske tradisjonen etter Mead er individualitet et fenomen som ikke kunne eksistert uten den kollektive eller sosiale nivået (Øia, Krangle, 2005). En kan forsøke å markere seg som et unikt individ gjennom selvfremstilling. Dette er en subjektivering som oppstår på grunn av ønsket om å bli sett. Gjennom uttrykksformer som klær, musikk og sosiale medier fremstiller unge seg selv i en form for mediert iscenesettelse. Denne selvfremstillingen foregår et sted mellom den offentlige og den private sfæren. En slik mediert iscenesettelse blir inngår ifølge Aagre (2000) i både i en kulturell og estetisk prestasjon (Skogseth, Østerud, 2008). Meningen med selvfremstilling er et resultat av et ønske om å konstruere personlig status gjennom slike medierte uttrykk. Populærkultur kan fungere både som et verktøy for å for å skille seg ut eller for å distansere sin gruppe fra en annen gruppe

(Miegel, Johansson, 1992). Sosialisering mellom ungdom er en mer frivillig form for sosialisering enn skolen siden institusjonen plikter elevene til å møte opp. Vennegjengen er en sosialiseringsprosess som unge har kontroll over siden en kan velge sine venner, og dette åpner for at dette er en arena for sosialisering med stor påvirkningskraft. Dagens ungdom er preget av en økende sosial samt kulturell kompleksitet og i disse miljøene har tradisjonen har tapt seg mest. Siden dagens ungdomskultur er preget av en høyere selvstendighet både sosialt og kulturelt, som fører til muligheter for økt sosial utdanning. Det viktig å legge til at vennegjengen sin innflytelse er forskjellig og dette kan blant annet bero på ulike kulturelle rammer eller lokalkultur (Frønes, 1994). Vennegjengen har heller ikke like stor påvirkningskraft på unge med sterke personlige identiteter, desto sterkere den personlige identiteten er jo mindre er den avhengig av den sosiale identiteten som omhandler hvordan en blir sett på av andre. Dette gjelder også dersom vi snur det på hodet, hvis et individ besitter en sterk sosial identitet er dette individet mer avhengig av vennegjengen og andres syn på en, og dette spiller en viktigere rolle enn hvordan individet selv ser på seg selv som person. Medlemskapet i sosiale grupper påvirkning hvordan en mottar og konstruerer sosial kunnskap, dermed påvirker sosiale grupper dype strukturer ved individets identitet. Sosiale grupper forstås derfor som en viktig del av tilværelsen for individet. (Austin, Worchel, 1986).

11. Sosial identifikasjon

11.1 Sosiale merkelapper

Giroux (2002) argumenterer for en studie av populærkultur i relasjon til skolen gjennom en "pedagogikk av representasjoner" som vurderer hvordan utdanning og kultur påvirker hverandre. Det er innenfor kultur at identitet blir konstruert og verdier blir lært, og at historier blir legitimert og kunnskap blir bevilget. Kultur er et medium der barn utvikler både deres personlige og sosiale identiteter og lærer å oppføre seg i relasjon til andre. En rik og mangfoldig populærkultur ligger i kjernen for å være et individ og viktig for individualitet (Fisher, Harris, Jarvis, 2008). Sosial kategorisering er en prosess der en blir identifisert gjennom å bli satt i forskjellige kategorier som er preget av oppførselen eller individets karakteristiske egenskaper (Wortham, 2006). Individets karakteristiske egenskaper går ut på blant annet interesser, for eksempel kan en elev som er veldig interessert i dataspill få betegnelsen "nerd". Sosiale merkelapper er et språklig virkemiddel som kan brukes for å utforme den symbolske kreativiteten (Aagre, 2003). Merkelapper som "nerd" danner et symbolbilde av hvordan en person er i forhold til ungdommens livsverden. Slik identifikasjon avhenger av de sosiale kategorier pluss hvordan individets karakteristiske egenskaper tolkes i lys av disse. Slik må en inneha karakteriske egenskaper eller interesser, for å bli tolket i lys av kategorier (Wortham, 2006).

11.2 Symbolske merkelapper

Mead bruker begrepene symboler og tegn for å beskrive hvordan objekter blir navngitt på bakgrunn deres mening. Ifølge symbolsk interaksjonisme er det nødvendig for en å lære seg andres identiteten også. Det er naturlig å gi disse individene symbolske merkelapper som er med på å gi dem en identitet. På lik linje som en selv trenger å bli identifisert av andre for å tilegne seg identitet. Meningen til et objekt er en respons på en stimulus eller et symbol. Siden meningen av symboler fungerer som forventet atferd som er assosiert med de ulike rollene, er dette knyttet til den gitte rollens posisjon i forhold til andre i den sosiale strukturen (Burke, Stets, 2009). Symbolske merkelapper kan påvirke identitetskonstruksjonen til unge. Et individ oppfatter seg selv ubevisst på

samme måte som andre personer oppfatter det gitte individet, det er også naturlig for et individ å oppføre seg i henhold til hvordan personer oppfatter deg. Dette kalles speilingsteori (Mead, 1974). Sosial identitet gir kun mening i forhold til andre sosiale identiteter i den sosiale strukturen. For eksempel vil individer som oppfattes *nerd* ha en forventet atferd som står i kontrast til en *sportsidiot* eller andre sosiale identiteter. Siden det ikke finnes perfekt samsvar mellom ulike aktører om meninger om atferd eller symboler, vil disse merkelapper være i en konstant tolknings og revurderingsprosess. De ulike symbolene kan påta seg nye navn eller skifte mening (Burke, Stets, 2009). Slik kan ulike personer legge forskjellige meninger i ulike identiteter slik kan de både oppfattes som positive eller negative, avhengig av hvem som tolker dette symbolet. På skolen, hvor sosiale identitetene er i full sving kan konflikt oppstå med å leve opp til disse samt gjøre det bra på skolen. Det er viktig å huske at disse identitetene er bundet av konteksten, i visse skolekulturer vil det være ønskelig blant elever å være flink akademisk for å være populær. Å være kul avhenger av hva den lokale kulturen vekterlegger som viktig. I teorien kan hvem som helst være populær hvis de innehar de riktige kvalitetene bestemt av kulturen som finnes på den spesifikke skolen (Coleman 1961). Dette fører til at sosiale identitet og sosiale forventninger lager et spenningsfelt for elever som de må prøve å manøvrere seg gjennom i klasserommet.

11.3 Baudrillard og hyper realitet

Baudrillard bruker begrepet hyper realitet for å beskrive de uklare grensene mellom materiell realitet og fiksjon som finnes i det moderne samfunnet. Siden av vår forståelse av verden har blitt skapt av medienes representasjoner, gjennom tv, film, nyheter og liknende samt historier vi har hørt av andre. Baudrillard bruker viser til Gulf krigen for å fremstille de uklare skillelinjene som eksisterer mellom fiksjon og realitet. En fikk to ulike synspunkter på Gulf krigen ved å enten faktisk være tilstede eller ved å følge hendelsene gjennom mediebildet. Disse to ulike bildene av det samme fenomenet vier hvordan individer fikk muligheten til å konstruere to forskjellige virkeligheter (Fisher, Harris, Jarvis, 2008). Medieverden blir en del av vår tilværelse og oppleves som reel. Det skjer en komprimering av tid og sted, som gjør at en kan føle seg

delaktig i hendelser som foregår på andre siden av kloden. Geografiske avstander spiller ikke en stor rolle, og hendelser på at andre kontinenter føler som nære og virkelige (Hoem, 2010). Ifølge Baudrillard blir mesteparten av våre erfaringer til gjennom kultur som omfatter utdanning, forhold, historie, politikk, sosiale problemer og lignende. Siden mesteparten av våre erfaringer blir til gjennom kultur, hvordan kan vi skille mellom hva som er ekte og hva som er fiksjon? Populærkultur er både være reproduserende og selv refererende, i form av at de fremstillingene kan ha en påvirkningskraft på sitt publikum. Slike fremstillinger kan reproduseres i virkelige situasjoner i filmer som "The Breakfast Club" (1985) som fremstiller skolen som et samfunn delt opp i ulike sosiale grupper basert på sosial kategorisering. I filmen "Mean Girls" (2004) har karakterene laget et kart over skolen som viser de geografiske posisjonene som tilhører de forskjellige sosiale gruppene. Skolekantinen fungerer som et territoriet for en sosial gruppe, dermed er dette både en fysisk grense men en sosial grense. Slike fremstillinger er sannsynligvis ikke forenlig med virkeligheten i mange skoler i dag, men har større påvirkningskraft enn realiteten. Siden realiteten ikke påvirker de unges sinn på samme måten som slik fiksjon. Slik blir akademiske og sosiale miljøer ved skoler påvirket av sosiale kategorisering som fremstilles i populærkulturen (Fisher, Harris, Jarvis, 2008).

11.4 The Breakfast Club

Den ikoniske 80-talls filmen "The Breakfast Club" (1985) handler om fem ungdommer som skal ha gjensitting, og i løpet av gjensittingen skal de skrive et essay om "hvem de er". Disse elevene tilhører stereotypiske kollektive identiteter som "sportsidioten", "den pene jenta", "nerden", "tøffingen" og "den sjenerte jenta". Disse sosiale identitet viser deres tilknytning til forskjellige grupper som er knyttet av verdimeslige og følelsesmessige bånd (Øia, Krange, 2005). Filmen fremstiller hvordan unge bruker sosial kategorisering for å konstruere sosiale identiteter, både for seg selv og for andre. Ifølge Foucault handler ikke makt kun om et forhold der en sterkere part utnytter eller bruker makt overfor en svakere part, men makt kan uttrykkes og brukes i alternative og unike måter. Det er i klasserommene, i korridorene og i skolegården at elevene med makt og popularitet utøver deres maktgrunnlag (Fisher, Harris, Jarvis,

2008). Det er slik skolen og det sosiale hierarkiet mellom elevene fremstilles i filmen "The Breakfast Club".

"Do you know how popular I am? I am so popular. Everybody loves me so much at this school" – Claire, The Breakfast Club (1985)⁷

Sitatet ovenfor er av Claire, som spiller den pene populære jenten i filmen. Dette viser på hvordan unge i filmen synes sosial status er viktigere enn akademisk suksess. Sitatet er i samsvar med Ziehe (1982) sin beskrivelse av moderne ungdom sin sosialisering basert på narsissisme som baserer seg på individets sterke behov for å oppnå både anerkjennelse og selvbekreftelse (Øia, Krange, 2005). Videre viser sitatet hvordan elever bestemmer aktivt hvordan de vil posisjonere seg i forhold til skolen og dens verdier. Slik som ulike sosiale grupper tilpasser seg skolens verdier, som en følge av hvordan deres situasjon er utenfor skolen (Moore, 2004). Filmene er i samsvar med Coleman (1961) sitt syn om sosial status sin konkurranse med akademisk læring på skolen. Hvordan ungdom har et eget sosialt system som konkurrerer med skolen, og får elevenes konsentrasjon bort fra deres akademiske målsetninger (Gill, 2009). Slike stereotypiske fremvisningene i populærkultur har fått rotfestet blant ungdom verden rundt. Slike sosiale identiteter blir benyttet for å dempe usikkerheten som kan følge med å danne ulike forhold til sine jevnaldrende. Det er en strategi som blir tatt i bruk for å føle seg bra om seg selv og å oppnå et positivt selv bilde (Hogg, Vaughan, 2008). En sosial identitet som fremstilles i filmen er idrettsstjernen eller sportsidioten, en slik identitet vil alltid være relevant i ungdomskultur på grunn av at idrettstalent alltid er en relevant ferdighet for å oppnå sosial status blant unge. Idrettsferdigheter er også en måte å verne om selvfølelsen dersom en gjør det dårlig på skolen, og gi muligheten til å oppnå et positivt selv bilde som følge av høy sosial status (Coleman, 1961). Ifølge selv-kategoriseringsteorien velger en å kategorisere seg selv som medlem av ulike sosiale grupper for å definere, evaluere og beskrive seg selv. Gjennom denne prosessen skjer det også en konstruksjon av identitet. Både sosiale identitetsteorier og sosial kategoriseringsteorier vektlegger felleskapet innenfor

⁷ <http://www.imdb.com/title/tt0088847/quotes>

en sosial gruppe. "The Breakfast Club" er et eksempel på hvordan unge bruker sosiale kategorier for å konstruere sin sosiale identitet, samt å vurdere av andres sosiale identiteter i lys av slike kategoriseringer. Ungdommene i filmen tilhører ulike vennekretser, har forskjellige normer og verdier, og ville normalt ikke snakket med hverandre på skolen. Å trekke slike trekke skillelinjer mellom ulike grupper er et typisk ungdomsfenomen (Aagre, 2003). De kjenner ikke hverandre personlig, men har egne forestillinger de andre. Ifølge Buhler det er en forutsetning for moderne ungdom sin individualitet å bygge på en selvrefleksivitet, gjennom å være selvobserverende (Stafseng, 2002). Det er gjennom en slik selv vurdering at ungdommene i "The Breakfast Club" vurderer sine sosiale kollektive identiteter ut ifra. I løpet av filmens gang lærer ungdommene å kjenne hverandre, og innser at de ikke er som de sosiale merkelappene som de har fått. De som velger å leve opp til stereotypiske sosiale identiteter kan være et resultat av dårlig selvtillit, et sterkt behov for sosial annerkjennelse blant jevnaldrende. samtidig at den ytre situasjon er en faktor også. Siden atferd er et resultat av både personlige trekk og den gitte situasjonen (Hogg, Vaughan, 2008). Rollefigurene i "The Breakfast Club" viser hvordan unge tyr til å samsvare med deres sosiale gruppe sine normer og verdier på grunn av sosial anerkjennelse. Istedenfor å skrive essayet om hvem de er, skriver de heller om at det ikke spiller noen rolle hvordan de er som personer, men at deres identitet allerede er bestemt av andre. Deres sosiale identitet har allerede bestemt uten å ta hensyn til deres personlige identitet, de blir satt i forskjellige båser uten nærmere vurdering. Filmen handler om at unge ikke bør dømme hverandre og hvis du gir noen en sjanse vil du kanskje se at de er et godt menneske. Det underliggende motivet i filmen er at unge bare vil bli akseptert av sine andre og ha en positiv selv følelse. At sosiale identiteter brukes som en strategi for å verne om deres selv følelse. Vennegjengen er veldig viktig i ungdomsårene og det er gjennom relasjonen til sine venner at en kan føle seg trygg og det skaper viktige sosiale bånd. Videre skaper vennegjengen både kognitiv og emosjonell stimulans (Aagre, 2003). De tilhører ulike sosiale grupper for å validere deres selv følelse fordi en ønsker å fremstille oss i et positivt lys ovenfor andre. Siden sosiale gruppene består av likesinnede er det naturlig å være med likesinnede for å validere eller legitimere hvem vi selv er (Hogg, Vaughan, 2008). Basert på

viktigheten av vennegjengen, og betydningen av å bli sosialt anerkjent er et mulig svar på hvorfor unge bestemmer seg for å leve opp til slike kollektive sosiale identiteter.

11.5 Det gruppe styrte og indre styrt mennesket

Det er to ulike sosiale karaktertyper i det moderne samfunnet ifølge Riesman (1950). Skillet går mellom det indrestyre og det gruppe styrte mennesket. Førstnevnte handler fritt ut ifra sine behov og mål, og er forenlig med indre motivasjonen for å nå sine mål. Det gruppe styrte mennesket er i større grad mottakelig for å la seg styre av andres forventninger og preferanser (Beck, 2009), dette kan dreie seg om sosiale forventninger fra venner eller imitasjon av idoler. Den siden karaktertype kan kobles opp mot de sosiale identiteter som fremstilles i "The Breakfast Club". Denne karaktertypen bruker deres sosiale nettverk for utviklingen av deres sosiale identitet. Denne omgangskretsen gjelder ikke bare kjent også forestillingene av kjendiser i media. Riesman synliggjør hvordan denne karaktertypen identifiserer seg som medlemmer av en gruppe gjennom sin smak og fritidsaktiviteter (Skogseth, Østerud, 2008). Det gruppe styrte mennesket og villigheten til å handle ut ifra andres forventninger kan knyttes opp mot begrepet hegemoni av Gramsci. Hegemoni brukt for å beskrive en situasjon eller en prosess der en eller flere sosiale grupper bruker makt over underordnede grupper ved å forme samtykke. Slik samtykke kan regnes som godkjenningen på sosialt akseptabel atferd, som igjen er formet av maktinnehaverne. Slik blir ideene og verdiene til de dominante gruppene sosialt akseptert. Ifølge Fisher, Harris og Jarvis (2008) kan populærkultur bidra med å fremstille et sett med hegemoniske synspunkter om skole og utdanning. (Fisher, Harris, Jarvis, 2008). Populærkulturelle representasjoner av skolen som "The Breakfast Club" er i samsvar med Coleman (1961) sin teori om hvordan unge er mer opptatt av å leve opp til de forventningene og normer som ble stilt av jevnaldrende enn de stilt av skolen. Slike ungdomskulturer gjør det vanskelig for skolen å gjennomføre sitt prosjekt for dannelse og tilpasning til akademisk fremgang (Aagre, 2003). Unges Selvoppfatning og selvfølelse er knyttet opp mot en standard, som de er ute etter å score høyt på. Selvoppfatning er knyttet til følelser om suksess og nederlag og omfatter individets vurdering av seg selv som

en person (Imsen, 2005). Dette innebærer at unge vil få større psykologiske etterfølger av gjøre det dårlig i ungdommens sosiale system, enn å gjøre det dårlig akademisk på skolen (Coleman 1961). I en slik kontekst hvor hovedvekten er lagt på den uformelle læringen er utseende, klær, musikk og stil som viktige symboler eller indikatorer på identitet (Francis, Harris, Jarvis, 2008).

11.6 Sosiale Sammenligninger

Sosiale sammenligninger handler om å sammenligne sin atferd og verdier sammen med andres for å etablere den "korrekte" eller sosialt akseptable å være (Hogg, Vaughan, 2008). Kollektive grupper preges av en slik aksept som en oppskrift på hva som regnes som riktig atferd (Hughes, Martin, Sharrock 2003). Siden ungdomskultur har negative virkninger på selvbevisstheten og selvfølelsen til ungdom som blir ekskludert fra de sosiale godene som de ønsker seg (Coleman, 1961). Barth (1975) sin transaksjonsteori som er basert på at konsensus skapes gjennom et bytte av sosiale transaksjoner mellom individer. Sosiale transaksjoner kan for eksempel være en sosial handling, altså en handling der to individer blir oppmerksomme på hverandre i en interaksjonsprosess. Gjennom en sosial handling skapes en felles standard som allerede er en del av ungdommens kultur. Transaksjonsteori belyser hvordan ungdomskultur kan beskrives ut ifra hvordan unge handler og organiserer sine sosiale liv (Øia, Krange, 2005). Sosiale sammenligning forekommer på skolen siden unge kan være forsiktige med å ytre sine meninger i frykt for å være uenig med det som ansees som normen. Individer som ikke følger disse normene eller verdiene fremmedgjør seg selv fra gruppen og fra de sosiale forholdene individet hadde til de medlemmene av gruppen (Cohen, 1955 i Gelder, 2005). Derfor er individets midler for å oppnå status avhengig av kriteriene som er konstruert av jevnaldrende som status blir evaluert i henhold til (Worchel, Austin, 1986). Slike grupper kjennetegnes ved medlemmers delte livsstils forestillinger og symbolene som dem binder dem sammen (Ziehe, 2006). Ifølge belønningssensitivitet vil ens atferd påvirkes og motiveres av belønnende stimuli slik som for eksempel sosial anerkjennelse. Unge som er belønningssensitive prøve å oppnå slike positive forsterkere gjennom sin atferd. Ved å akseptere *korrekte* sosiale måten å oppføre seg på vil en bli sosialt belønnet gjennom å bli akseptert, anerkjennelse og respektert av gruppen. Slik aksept er en validering disse normene og atferden som legitim (Cohen, 1955 i Gelder, 2005). Ved å tilhøre og

identifisere seg med en vennegjeng eller en gruppe, lærer individet å internaliserer både gruppens verbale og kroppsspråk samt det som finnes i vårt sosiale miljø. Slik er vår forestillingsverden tilpasset vårt samfunn og dets forandringer (Levin, Trost 1996). Løsningen utfordringen av å tilpasse seg sosiale forandringer ligger i våre identiteter som er fluide og tilpasningsdyktige ulike kontekster. Individet er en del av et større kollektivt sosialt univers, og individet navigerer seg gjennom et system forskjellige meninger, symboler og personer. Bevisst eller ubevisst brukes individet denne kunnskapen til å finne sin plass i felleskapet (Hogg, Vaughan, 2008).

Ungdomskulturer er en form for kollektive representasjoner, det kan fungere som en mal for den enkelte å oppføre seg på, tenke på og uttrykke sine følelser i henhold til (Hughes, Martin, Sharrock 2003). Slike forskjellige måter å uttrykke seg på blir å fremstilt gjennom media, slik at unge vet hvordan de skal å reagere i en gitt situasjon for å passe inn i ulike kollektive identiteter.

11.7 Normer og Verdier

Identitet handler også om å høre til et felleskapet. Dette representeres gjennom å være like andre som står innenfor samme felleskap. Samtidig forutsetter dette at individet er ulik fra andre individer som står utenfor felleskapet (Øia, Krange, 2008). Det er slik siden unge velger venner ut ifra noe de har til felles, slik som interesser eller normer og verdier.

Normer kan defineres som ”Forventninger til og retningslinjer eller standarder for adfærd forventninger til og retningslinjer eller standarder for adfærd”⁸

Ifølge Sherif dukker sosiale normer opp som en følge av at vi trenger en retningslinjer i hvordan å oppføre oss når vi er usikre på hvordan vi bør forholde oss (Hogg, Vaughan, 2008). Ifølge Albert Cohen har tradisjonelle normer og verdier endret seg. Cohen argumenterer at subkulturene tilbyr en referanseramme for hvordan en kan oppnå status og dersom man lærer seg disse normene og verdiene vil man kunne oppnå en positiv selvoppfatning (Williams, 2011). Ungdom er ifølge Erikson (1969) mer opptatt av inntrykket de gjør på andre som for eksempel deres jevnaldrende, i

8

http://www.denstoredanske.dk/Krop%2c_psyke_og_sundhed/Psykologi/Psykologiske_termer/normer

større grad en hvordan de selv føler at de er som personer. Derfor er ungdom opptatt av hvordan de skal klare å sette sammen eller kombinere deres ulike identiteter, eller ferdigheter og egenskaper for å være i samsvar med det som regnes som dagens ideale prototyper (Erikson, 1969). En prototype defineres som en kognitiv representasjon for det idealet i en viss kategori, men det er ikke det gjennomsnittlige representasjonen av det typiske men heller idealet som det er verdt å strekke seg etter (Hogg, Vaughan, 2008). Slik er det mulig for visse for eksempel artister å være prototypen på denne egenskapen av å være "kul". Siden de kan ha en bred appell som oppfordrer til imitasjon blant unge. De er prototypen for hvordan mange unge ønsker å leve og derfor er det vanlig å imitere disse gjennom for eksempel oppførsel, væremåte og klesstil. Det er et reflektert valg som innebærer at en velger rollemodeller ettersom hvordan en ønsker å være, og hvilke egenskaper en synes er ønskelig (Frønes, 1994). Til felles for alle disse egenskapene eller verdiene som ungdom anser som ønskelige, er streben etter å finne hva som er "kult" for å etablere sosial anerkjennelse eller konstruere en positiv selvoppfatning.

12. Hva vil det si å være "kul" ?

12.1 Definisjon av begrepet

Sentralt i ungdomskultur er begrepet "kul". Det er en ønskelig egenskap som det er naturlig å strekke seg etter. Begrepet assosieres med egenskaper som kommer naturlig, det er ikke noe man prøver å være men rett og slett en egenskap som kan innehas. Slik er det å være kul verken en spesifikk ting eller eksakt enhet som kan måles⁹, men det er noe majoriteten av ungdom er opptatt av å kunne oppnå. At noe er "kul" er en subjektiv sannhet, men dersom mange nok er enig kan noe klassifiseres som objektivt "kul". Det er vanskelig å finne en eksakt definisjon men det finnes synonymer med begrepet *kul*, slik som "hip", "swag", "stil", "fresh". At noen er *kule* er et resultat av sosiale strukturer, ettersom det er en gjensidig påvirkningskraft mellom individet og det sosiale strukturene. Sosiale strukturer er en abstrakt ide, det er ikke noe vi opplever eller ser direkte men vi kan kunne peke ut individer som kanskje bidrar til å opprettholde atferd som bidrar til disse sosiale strukturene (Burke, Stets, 2009). Det lettere å peke på individer som bidrar med å opprettholde denne kvaliteten og som besitter disse egenskapene eller ferdighetene enn å definere begrepet *kul*. Vi kan peke til personer som er kule, og hvis disse er medieikoner vil de også være modeller for imitering blant unge. Disse modellenes uttrykksformer som klesstil og smak vil fungere som en standard som unge fans vil modellere sin atferd i henhold til. Å ha "riktig" smak og livsstil fungerer som symboler på status og makt (Miegel, Johansson, 1992).

12.2 Subkulturell kapital

En måte å definere begrepet kul er gjennom subkulturelt kapital¹⁰. Dette kan bestå av å ha en fasjonabel hårfrisyrer, ved bruk av slang eller å kunne de nyeste dansene. Subkulturell kapital, i likhet med begrep som *hip* eller *in the know* er en egenskap eller ferdighet som blir vurdert opp mot populærkulturelle fremstillinger. Subkulturell kapital kan defineres som et mål for status blant

⁹ Kult kan ikke måles, men en kan være kulere enn noen andre

¹⁰ Dette begrepet ble først tatt i bruk av den kanadiske sosiologen Sarah Thornton i hennes bok "Club Cultures: Music, Media, and Subcultural Capital" fra 1995.

unge, en form for å være "kul", altså noe å strekke seg etter. At noe er "kult" kan ikke defineres gjennom noen spesifikk stil eller sjanger, selv om unge har forskjellige interesser, er det å være "kul" et felles mål for det fleste (Thornton, 1995 i Gelder, 2005). Å være kul er en sosial konstruksjon som blir tilegnet ved å bli vurdert som kul av andre personer. Et individ kan selv mene at de er kule, men det er en sosial identitet som attribueres eller verifiseres av andre personer. Samtidig er det å være kul påvirket av individets egenskaper, og på bakgrunn av dette får en person en "kul" sosial identitet. Å bli ansett som kul er lik andre symbolske merkelapper som slik nerd, og det følger med forventninger knyttet til atferden av slike identitetsmarkører. Kort oppsummert er det mulig å oppnå høy subkulturell status gjennom andres øyne ved å inneha de kulturelle egenskapene ved å vite hva som er i moten i de arenaene som ungdomskulturene opererer. Det vil være de individene som best symboliserer de subkulturelle idealene som vil motta høyest status blant sine jevnaldrende. Meningen av slike subkulturelle idealer vil alltid være åpne for individuelle tolkninger, i tillegg er status alltid tentativt som gjør den åpen for forhandlinger og justeringer (Williams, 2011). Siden ungdomskulturer er i konstant forandring må en alltid være oppdatert for å inneha høy subkulturell kapital. Personer med høy subkulturell kapital er ofte sikre på seg selv siden de har gode kunnskaper og egenskaper når det gjelder hva som er kult og ikke kult, de kjenner til spillereglene og ser ikke etter validering gjennom sosiale sammenligninger. Begrepet subkulturell kapital er inspirert Bourdieu sitt begrep kulturell kapital, som er et system der god smak og kjennskap avgjør hvilken sosial klasse du har. Den kulturelle kapitalen er opparbeidet gjennom oppdragelsen og gjennom utdanning. Det handler ikke om bare hva du kan, men heller hvem du kjenner og hvem som kjenner deg. Kulturell kapital handler også om evnen til å kunne oppføre sosialt korrekt i ulike sammenhenger og kjennskap til ulike koder for atferd. I relasjon kulturell kapital konkluderer Thornton (1995) at å være "hip" er en form for subkulturell kapital (Thornton, 1995 i Gelder, 2005). Sosial kapital er også en forutsetning for å ha høy subkulturell kapital. Sosial kapital referer til individets evne og kompetanse til å delta i sosiale interaksjoner, det innebærer å kunne kommunisere godt i forskjellige sosiale kontekster (Miegel, Johansson, 1992). Slik kan folk med mye kulturell kapital være med på å sette agendaen på

hva som er "kult" og avgjøre hva som var på moten,. Et halvt århundre senere gjør dette begrepet kulturell kapital seg fortsatt gjeldende siden det kan brukes som en merkelapp på kreftene innenfor populærkultur som påvirker unge. Det tidligere eksemplet med Jay-Z viser hvordan han er som innehar høy kulturell kapital og "god smak" innenfor ungdomskultur. Slik Jay-Z og andre ungdomsikoner med på å forme hva som er "kult" eller definere "god smak" i et landskap av ungdomskulturer som er i konstant forandring.

12.3 Insidere og outsiders

I Becker (1963) sin studie av Jazz musikere, brukte begrepet "hip" for å beskrive seg selv, og "squares" for å beskrive andre. Disse begrepene ble brukt for å skille mellom insidere og outsiders. Slike sammenligninger mellom inn- og ut-grupper tillater medlemmer av inn-gruppen til å vurdere gruppen deres som bedre enn andre grupper (Worchel, Austin, 1986). Medlemmer en inn-gruppe regnes som insidere, og et begrepet slik som "hip" brukes for å fremstille dem som en homogen gruppe med delte interesser, verdier og atferd. En insider mentalitet kan positivt påvirke hvordan et individ kan føle seg, spesielt i ungdomsårene (Williams, 2011). Jazz musikere som en gruppe diskriminerer mot outsiders samtidig som de setter pris på deres normer og verdier innad i gruppen. Dette er et resultat av at de kategoriserer seg som en felles gruppe mot en utenforstående gruppe (Hogg, Vaughan, 2008). Slike diskriminering blant insidere er en strategi for å tilskrive sin gruppe sosial status og for å oppnå en positiv vurdering av seg selv. Andre som ikke er Jazz musikere blir betegnet som "squares", firkanter for å belyse at de ikke innehar denne status eller er like "kule" som disse musikerne (Thornton, 1995 i Gelder, 2005). Begrepet "squares" et negativt ladet ord som forbindes med å være en streiting, eller et individ som følger alle reglene men ikke skiller seg ut i mengden. Å være hip signaliserer at en person er en kunnskapsrik insider i form av subkulturell kapital. En hip person har større kunnskap innenfor populærkulturelle fenomener enn det som generelt blir fremstilt av massemediene. Forholdet mellom begrepene *hip* og *squares* kan sammenlignes med street og book smarts. Der førstnevnte fokuserer på sosial kunnskap i likhet med hip mens book smart er en intelligensform som assosieres med den pedagogiske diskurs og begrep slik som squares. Sosiale merkelapper

som nerd assosieres med squares, både i form av klesstil, personlighet og valuering av akademisk suksess.

12.4 Insidere og Outsidere i skolesammenheng

Ifølge sosial identitetsteori er definisjon av et felleskap basert på felles normer og verdier (Hogg, Vaughan, 2008). Begrepene "hip" og "squares" er relevant i dagens skolesituasjon på grunn viktigheten av å ikke ende opp som en sosial taper. Selv om dette noen ganger kan stå i motsetning til å gjøre det bra på skolen. Betegnelsene "hip" og "squares" assosieres med "kul" og "nerd" som er sosiale identiteter vi finner i skolen. Begrep som *hip* eller *kul* kan brukes intersubjektivt siden de prinsipielt står for de samme tingene, den tidløse trangen til å heller vil være "kul" enn å bli stemplet som en sosial taper. Dette er viktig i ungdomsårene fordi en sosial identitet som kul fører med seg sosiale gode som tilhørighet, respekt og anerkjennelse. Mens en sosial taper assosieres med lite sosial anerkjennelse og tilhørighet blant medelever. Bourdieu hevder at kjernen i kampen om symboler er smak, og målet er å oppnå aksept for en spesifikk type smak som legitim. Slik blir den korrekte smaken og den korrekte livsstilen brukt som symboler på status og makt (Miegel, Johansson, 1992). God smak er dermed viktig for å være en insider. Det er viktig fordi smak er en standard som folk identifiserer seg gjennom, både når det gjelder hva en liker og hva en ikke liker (Thornton, 1995). Slik er smak er en indikasjon på ens sosiale identitet.

12.5 Fresh Prince of Ble Air

Komiserien "Fresh Prince of Ble Air", var en stor internasjonal suksess som gikk over seks år på 90-tallet, og blir fortsatt sendt på TV overalt i verden. Serien handler om Will Smith, en ung mann fra et tøft nabolag i Philadelphia, som flytter til velstående Ble Air i Los Angeles. Plottet går ut på at Will kommer fra urban bakgrunn, og flytter til et velstående lite samfunn hvor normene, verdiene, atferden og væremåtene er annerledes enn der han kommer fra. Seriens popularitet ble sannsynligvis hjulpet av at Will Smith allerede var en kjent rap artist, sammen med Dj'en Jeffrey Allen Townes dannet de gruppen "Fresh Prince and Jazzy Jeff", som vant den første Grammy Prisen i rap i 1988. Will sin karakter

hadde sin legitimitet gjennom Will Smith sin kredibilitet som en kjent hip hop artist og hans subkulturelle kapital. Karakteren til Will Smith representerer et "hip hop synspunkt" på verden på grunn av hans urbane bakgrunn (Stoute, 2011). Dette kommer frem gjennom hans talemåte, ved bruker slang og måten han kler seg på (løse jeans og joggesko). Samt væremåten hans, med andre ord hele hans stil. Den andre hovedkarakter i serien er fetteren hans, Carlton. Som er fra Bel Air, et av de rikeste områdene i Los Angeles og Carlton representerer en konservativ diskurs, som står i kontrast til Will sin opprørske væremåte. For å bruke Jazz metaforene for å skille mellom de som er innforstått med kulturen, og som ikke er det, er Will "hip" mens Carlton er en "square". Will innehar en *literacy* som Carlton ikke besitter i form av et sett med ferdigheter og egenskaper slik som kunnskap innenfor populærkultur og ungdomskultur. Serien har hatt en stor kulturell innflytelse på unge verden over fordi Will fremstår som en flaggbærer for ungdomskulturen, som gjør et opprør mot hoved kulturen eller den konservative voksne kulturen. Idoler for ungdom slik som Will Smith kan være med på å forme atferden til individer. Spesielt i ungdomstiden, der individer er på søken etter å finne *hvem de er*, vil mediefigurer kunne fungere som modeller for å imitere atferd (Rørhus, 1993). Forbruk av media fungerer som ungdommens hoved fritidsaktivitet på bakgrunn av at det er gjennom media at ungdom får sin kulturelle input fra (Thornton, 1995). Dette skjer blant annet gjennom mediefigurer, som for eksempel "The Fresh Prince of Bel Air" som er med på å gi unge atferds og holdningsmønstre som kan knyttes opp mot subkulturell kapital. Som en standard i henhold til atferd og uttrykksformer som kan betegnes som kule. Ungdom vil gjennom ønskeidentifikasjon etterligne mediefigurene gjennom deres atferd (Rørhus, 1993). Will fungerer som en slik ønskeidentifikasjon ettersom han representerer alt det "kule" i serien. Selv kallenavnet hans "fresh prince" er et slang uttrykk som betyr kul. Ifølge Hebdige er ungdomskultur et resultat av opposisjon til voksne (Øia, Krangle, 2005). Will er et eksempel på denne opprørske delen blant unge, og i 1989 utga han singelen "Parents Just Don't Understand", som ble en stor hit. Carlton, derimot blir utallige ganger referert til som "nerd" av Will. Carlton blir fremstilt som en stereotypisk nerd, som bruker rutete skjorter, er medlem i debattlaget og er veldig opptatt av skolen. Denne stereotypiske fremstillingen av Carlton som en

nerd i serien kan fungere som en forsterkende faktor på slike sosiale merkelapper som nerd som et resultat av medieverdens påvirkningskraft på unge. Klesstil representerer en person både på en individuelt plan men også på et kollektivt plan (Williams, 2011), dette blir tydelig fremhevet i serien gjennom Will og Carlton. Deres klesstil representerer kollektive identiteter i form av det unge, opprørske mot det etablerte, utdaterte voksne.

12.6 Unge verdier i møte med tradisjonelle verdier

Den konservative stilen til Carlton blir betegnet som utdatert og gammel av hip hop kulturen, dette fremkommer ved at Will ofte bemerker klesstilen eller talemåten til Carlton. Will bruker slang for å uttrykke seg mens Carlton har et fokus på å snakke grammatisk korrekt til alle tider. Se representerer to forskjellige verdisystemer og diskurser, mens Carlton er book smart er Will er street smart. Sitatene nedenfor er et eksempel på dette, mens Carlton refererer til tradisjonelt argument fra John F. Kennedy for å ikke ty til vold bruker Will en referanse fra LL Cool J sin hit "Mama Said Knock You Out" fra 1990¹¹. Dette viser hvordan Carlton representerer tradisjonelle verdier som kan knyttes til voksen kulturen mens Will representerer et ungdomskulturelt verdisett. Dette verdisettet fokuserer praktisk tilegnet kunnskap gjennom erfaring som viktigere enn kunnskap i en skolefaglig kontekst.

Carlton: "Remember, 'We must never negotiate out of fear, but we must never fear to negotiate.' John F. Kennedy."

Will: "But never forget, 'Mama said knock you out.' LL Cool J."

Ved bruk av "Black English", som Ferguson (2000) betegner som en kommunikasjonsmåte mellom unge afro amerikanere, representerer Will den unge generasjonen. Derimot, representerer Carlton den pedagogiske diskursen som ikke alle unge er like komfortable med, slik appellerer ikke Carlton sin språkbruk til et yngre publikum. Will er redd for å handle i tråd med Carlton sitt verdisystem ettersom dette kan representere en trussel mot han sin maskulinitet og kulturelle identitet. Ifølge studien til Ogbu (1997) kan slik atferd som Carlton

¹¹ <http://www.tbs.com/stories/story/0,,115896,00.html>

fremstiller kunne ansees som en *hvit* referanseramme. "Roses are red, Violets are blue, Jazz and I are black, but, Carlton, what are you?" (ibid.), slike kommentarer av Will viser hvordan han ikke vurderer Carlton som *svart* nok og vurderer Carlton sin atferd, væremåte og verdier som *hvit*. I undersøkelsen til Ogbu (1997) unngikk flere av de afro amerikanske guttene slik atferd som Carlton fremviser i frykt for at det kunne føre til tap av deres minoritets og kulturelle identitet, selv om det kan lede til akademisk suksess.

12.7 Sosial akseptabel atferd

Carlton har lite kjennskap til hip hop og ungdomskultur og derfor innehar han lite relevant kapital i denne konteksten av livsstil. En livsstil handler om å oppføre seg i henhold til en kulturell, eller sosial akseptabel standard avhengig av den gitte personen sin kulturelle kapital. Livsstiler spiller også en rolle i å opprettholde de sosiale hierarkiene som finnes fordi noen har mer tilgang til kulturell kapital enn andre (Miles, 2000). Will innehar en høyere posisjon i det sosiale hierarkiet enn Carlton på grunn av hans livsstil er i samsvar med den populærkulturelle fremstillingen av hva som regnes som "kult". Carlton sin identitet blir validert gjennom hans vennegjeng som vektlegger like verdier og normer, som inkluderer å prestere akademisk på skolen og delta i debatter. Men Carlton prøver likevel noen ganger å etterligne Will sin atferd på grunn av hans popularitet og respekt blant jevnaldrende. Will fungerer som en modell, der hans atferd blir imitert av andre gjennom modellering. Et eksempel på dette er når andre unge i serien begynner å vrenge skoleblazeren slik som Will. Dette viser hvordan ungdom konstant forhandler og tolker hva som regnes som sosial akseptabel atferd. Imitasjon referer til gjenskapning av visse sider ved personligheten eller atferden til en ønsket rollemodell. Identifikasjon representerer en større opplevelse av modellen som en enhet og dermed representerer identifikasjon å gjenskape rollemodellens normer, verdier og holdninger (Rørhus, 1993). Ungdom vil både imitere og identifisere seg med ulike rollemodeller på deres søken etter det å være "kul". Rollemodeller og media vil påvirke unges syn ved å fremstille ulike kulturelle uttrykk (Frønes, 1994). En populærkulturell fremstilling som Will i "The Fresh Prince of Bel Air" fungerer som et kulturelt uttrykk og som en flaggbærer i tiden for hva som er

"kult". Og er med på å forme ungdommens bilde på hva som regnes som ønskede egenskaper, atferd og klesstil.

12.8 Viktigheten av miljø

De sosiale identitetene til Will og Carlton er både produkter av deres miljø, de er påvirket av sosiale strukturer i samspill med deres individuelle personlighet. Det er en gjensidig påvirkning mellom miljø og individ, og personer påvirkes av ferdighetene, normene og verdiene som preger det sosiale systemet (Rørhus, 1993). Will sine normer, verdier og væremåte springer ut ifra de sosiale forventningene som ble stilt overfor han i ghettoen han vokste opp i. Der andre kulturelle og sosiale ferdigheter vektlegges. I en slik kontekst er skolekunnskap ikke like verdifull som street smarts, fordi det er denne typen kunnskap som er utslagsgivende. Carlton, derimot kommer fra et velstående hjem der hans far er advokat og hans mor er professor. Med en slik akademisk bakgrunnen blir Carlton satt opp mot et annet sett av sosiale forventninger. Sosiale og kulturelle omgivelser regnes som sentrale i dannelsen av identitet fordi identitet er en respons på de ulike forventningene og vurderingene en blir stilt overfor fra andre (Øia, Krange, 2005). Både Will og Carlton gjenspeiler det sosiale systemene som de har vokst opp i, og de ulike normene, verdiene og typer kunnskap som verdsettes i de to ulike sosiale strukturene.

12.9 Habitus

Habitus er et kjent begrep hos Bordieau, som kan brukes for å forstå begrepet "kult". En annen beskrivelse av habitus er som et middel som unge bruker for å forstå verden rundt dem (Moore, 2004). Det har både en personlig og sosial komponent, det er en blanding av individet og kollektive samfunnsmessige verdier nedfelt er i individet. Det kan beskrives som sosial eller kulturell kunnskap som individet har utviklet, som kan sees gjennom forskjellige praksiser, virksomheter og forestillinger (Øia, Krange, 2005). Det er også egenskaper individet har med seg fra oppvekstmiljøet sitt i samspill med ulike kunnskapene og erfaringene en erverver gjennom ulike sosiale situasjoner og kontekster (Aagre, 2003). Vi blir påvirket av habitus, samtidig blir de sosiale strukturene rundt oss også påvirket av habitus. Habitus være med på å skape en

felles kultur i klasserommet, der de med høy subkulturell kapital vil være i førerretet for å forme denne kollektive habitusen. Selv om dagens multimedia og massekommunikasjonsmidler tillater oss tilgang til informasjon raskere enn noensinne er det likevel personlig kommunikasjon i form av samtaler som fortsatt er den viktigste formen for menneskelig kommunikasjon (Gladwell, 2002). Dette kan sees gjennom interaksjon som foregår i klasserommet eller på skolen blant jevnaldrende. Videre er habitus også blitt beskrevet mer som et kroppslig språk og går ut på hele vår framtredeelse (Øia, Krange, 2005), dette er i samsvar med vårt kroppsspråk og væremåte som er med på å signalisere sosiale identitet. En person kan ansees som kul uten å måte si et ord, det kan være en utstråling eller et kroppsspråk som signaliserer denne verdien. En person kan besitte en "swagger". Ungdomskulturer sine normene og verdiene er ikke statiske, men kan komme under forandring. Det er gjennom individets sosiale identitet at man kan reagere korrekt på signalene, symbolene og handlingene ved spesifikke sosiale situasjoner (Miegel, Johansson, 1992), altså er det den sosiale identiteten som gjør at man forstår seg på normene og verdiene i den ønskede kulturen eller sosiale gruppen.

12.10 Keeping up with the Joneses

Ifølge Beck (1992) er det nødvendig med kulturell kapital og inneha den riktige informasjonen i et forbrukersamfunn. Å inneha den riktige kunnskapen og opptre som informerte forbrukere vil minske risken om eksklusjon og marginalisering (Beck, 1992 i Furlong, Cartmel, 2007). Uttrykket "keeping up with the Joneses" er relevant i denne sammenheng, som beskriver ønsket om å holde tritt med naboen sin materielle velstand som hele tiden forbedres gjennom forbruksvarer og andre teknologiske nyvinninger. Det handler om å både ha og være innforstått med det nyeste, uansett hva dette måtte være. Og dersom en ikke klarer å holde følge med "The Joneses" er dette et tegn på både manglende økonomisk og kulturell kapital. Derfor vil det å følge med på de nyeste trendene og få med seg ny informasjon være viktig. "Keeping up with the Joneses" betyr det samme som å være *in the know* og inneha *literacy*, som er viktige aspekter ved subkulturell kapital. Som et redskap eller verktøy som unge tar i bruk for å vurdere deres omgivelser og hvordan dette påvirker dem.

13. Klær som meningsfulle symboler – RUN DMC og Adidas sko som tegn på identitet

"I speak through my clothes" (Eco 1973 i Hebdige 1979:100)

13.1 Madison Square Garden

Hip hop trioen Run DMC hadde en utsolgt konsert i Madison Square Garden fredag, den 19 juli 1986. Den nå legendariske hip hop gruppen var på det tidspunktet mest kjent for sangen "My Adidas". Disse Adidas skoene var ikke bare tittelen på en sang men også en viktig del av deres klesstil som besto av store gullkjeder, Adidas joggedresser og sist, men viktigst, Adidas sko. Run DMC brukte skoene på en spesifikk måte, de skulle brukes uten lisser samtidig som det var viktig å holde dem helt skinnende hvite. Adidas skoene var et symbol på eierens identitet og legitimerte personen "kul". Under konserten tok Run av seg en sko og holdt den opp i været og utfordret publikum til å gjøre det samme. Publikum fulgte hans handling og strakte deres sko opp i været, og plutselig var det et hav av mange tusen Adidas sko i været i Madison Square Garden (Stoute, 2011). Sosiale fenomener kan kjennetegnes som hendelser, aktiviteter eller opplevelser mellom flere mennesker (Hoem, 2010). Beundringen for Adidas skoen i Madison Square Garden var et sosialt fenomen delt mellom Run DMC og 20 000 fans. Representanter for Adidas var tilstede under konserten, og innså hvilket økonomisk potensial dette medbrakte. Run DMC mottok kort tid senere en lukrativ sponsoravtale med Adidas og ble dermed ikke kun de første artistene men de første ikke atleter som inngikk en slik avtale med den tyske giganten. Sponsoravtalen mellom Run DMC og Adidas snudd lykken til Adidas i USA, som var i ferd med å tape kampen mot Nike og Reebok i det amerikanske markedet (Stoute, 2011). Run DMC sin beundring gjorde Adidas skoene om til et sosialt fenomen blant unge. Adidas skoen ble noe mer enn en sko, det fikk sin mening når det ble knyttet til noe i endring, noe levende, en prosess (Hoem, 2010). De ble et uttrykk for materiell kultur, altså det ble en del av den fysiske uttrykkelsen av en kultur (Schunk, Zimmerman, 2008). Skoene fra det tyske tekstilprodusenten ble et sosialt fenomen når det ble en del av Run DMC sin musikk og klesstil, og dermed adoptert av en hel fanskare og kultur. Valg av klær

og sko fungerer som symboler som representerer individets smak eller preferanser. Klær representerer en diskurs som passer sammen med et sett av sosiale roller som åpner for tolkning av andre mennesker (Hebdige 1979). Adidas skoene attribuert en ny verdi og fungerer som symboler i den forstand at de hadde en felles mening for alle som var en del av samme kulturen (Burke, Stets 2009).

13.2 Image

Skoene ble en del av Run DMC sitt image, og derfor også viktig imaget til Run DMC sine tilhengere. For unge handler det på det personlige planet om en aktiv og bevist prosess om å konstruere et image, altså en sin status i relasjon med andre i samfunnet (Miegel, Johansson, 1992). Dette kan sees gjennom individets valg i klesstil, talemåte og andre kulturelle former for uttrykk. Livstil både er et individuelt og et gruppe fenomen men det er skapt gjennom tilknytning og forhandling mellom individet og samfunnet, som reproduseres gjennom hverandre (Miles, 2000:24). Ifølge Augestad kan image forstås som "alt publikum vil forbinde med artisten av fakta, forestillinger og følelser som blant annet angår utseende, utstråling, påkledning, musikk tekst, uttalelser i pressen og annet" (Augestad, 1996:85 i Reithaug, 1999: 26 i Roth, 2007:62). Image forutsetter at en bruker personlige erfaringer og organiserer det i forhold til de ulike diskursene gjennom kulturelle ressurser og atferd. I likhet med identitet er livsstil og "image" under konstant forandring og revurdering som et resultat av individets samspill med sine omgivelser og feedback fra andre (Holland et al, 1998). Adidas skoene var det kulturelle redskapet som Run DMC attribuerte mening og ble brukt som et middel for å skape deres image. På lik linje har unge i det moderne samfunnet mulighet til å lage seg et "image" eller en iscenesette av seg selv. Hvordan en utvikler sin livsstil skjer i samspillet mellom individet og samfunnet. Dette er et samsvar med et konstruktivist syn som tilsier at ungdom ikke er passive mottakere av sitt miljø men det er aktive deltagere i å forme sine livsstiler (Ormrod, 2004). Det sosiale fenomenet som oppsto i samarbeidet mellom Run DMC og Adidas kan knyttes opp mot Bourdieu sitt begrep om habitus. Selv om alle har sin individuelle habitus, symbolisere det også noe kollektivt. Slik som en sosial gruppe som deler en felles virkelighetsoppfatning

eller ungdomskultur som har en form for felles kollektiv subjektivitet (Øia, Krange, 2005). Slik gir habitus medlemmer i sosiale grupper sjansen til å forme deres egne identiteter (Miles, 2000:22).

13.3 Klær får attribuert mening

Ifølge Mead så er vi ikke bare omringet av fysiske omgivelser, men også symbolske omgivelser. Slik har klær både en fysisk eksistens, men også en symbolsk eksistens med mening og verdier slik som med Run DMC og Adidas sko. Artefakter får meninger og verdier i en sosiologisk forstand ved at de oppstår i situasjoner som kan relateres til sosiale strukturer (King, 1983). Sosiale strukturer er en ytre påvirkning som gir oss verdier og normer som styrer våre handlinger (Beck, 2009). Ungdommer har evnen til reflektert sosial handling, og dette er en sentral del av identitetsdanningen. Gjennom en prosess hvor individet både er fortolker og konstruktør (Frønes, 1994). Klesplaggene, og andre sosiale symboler fungerer som et reflektert valg på bakgrunn av et ønske om å vise hvem man er. Disse plaggene blir dermed et resultat av fortolkning av inspirasjonene en blir utsatt for og blir satt ut i livet gjennom konstruksjonen av sin sosiale identitet. Ungdom bruker klær og innlever seg i forbrukerkultur for å ta kontroll over et domenet som de ser på som deres. Det er gjennom dette domenet at ungdom kan uttrykke hvem de virkelig er gjennom klær, utseende og væremåte (Hebdige, 1983 i Gelder, 2005). Goffman (1951) setter et krav for at for at klær og andre forbrukervarer skal kunne vurderes som kommunikasjonsmidler, eller symboler på status. Brukeren av disse klærne må inneha den *korrekte* atferden og holdningen som disse klærne signaliserer, slik at de fungerer som et synlig symbol for å kategorisere deres plass i den sosiale verden (Featherstone, 2007). Klesstil kan representere meninger og verdier som er viktige for et individ, samt være et kroppslig uttrykkningsmåte for å signalisere sine verdier til andre individer som disse symbolene. Canclini er opptatt av hvordan kulturelle objekter blir absorbert av den globale kultur industrien og påtar seg nye meninger, verdier og sosiale funksjoner som et resultat av dette (Roberts, 2004 i Gelder, 2005). Termen *bricolage*, som brukes av Hebdige referer til hvordan stil konstrueres gjennom å bruke objekter og attribuere en nye mening til dem (Hebdige 1979). Adidas skoene er et eksempel på dette, dette var

sko som var laget med tanke på fritid men ble gjort om til et symbol for å representere verdiene, holdningene og identiteten til en hip hop gruppe og deres fans. Skoene får en ny mening som en resultat av at de fungerer som symboler som står for noe mer enn bare et par sko (Burke, Stets 2009).

13.4 Reflekterte klesvalg

Ifølge Birmingham skolen bruker ungdom å sette merkelapper på hverandre for å etablere hvem de er, altså for å konstruere identitet. Stil, livsstil, image og verdier er de viktigste symbolene i denne prosessen med å konstruere identitet blant ungdom. (Miles, 2000:6). Birminghamskolen sin ungdomsforskning hadde hovedfokuset på hvor unge sin smak ble uttrykt gjennom blant annet valg av klesdrakt, forskjellige hårfrisyrer og motorsykler. Men også gjennom de unges smak i populærkultur i form av musikk og film (Skogseth, Østerud, 2008). Run DMC tilførte Adidas en energi og "kulhet" og gjorde deres produkter interessante for urban ungdom i USA på midten av 80-tallet (Stoute, 2011). Det er gjennom å akseptere populærkultur gjennom for eksempel musikk, film eller klesstil at ungdom blir en del av en generell ungdomskultur. Ifølge Giddens blir selvet et refleksivt prosjekt som blir synliggjort gjennom livsstiler, og handlinger som vises seg gjennom klesstil, oppførsel og smak. Desto mer posttradisjonelt et samfunn er, vil stil i større grad inngå i "kjernen av selvidentiteten og den uopphørlige endringsprosess (Aagre, 2003:46).

13.5 Stil

Stil er et begrep som går igjen og er et viktig uttrykksmiddel for ungdommer. Ifølge Blake (1985), så kan stil deles inn i tre kategorier, nemlig "argot, demeanor and image" (Williams, 2011:67). Med andre ord så går stil ut på hvordan du ser ut, hvordan du oppfører deg og hvordan du snakker. "Stil er et konkret og kontekstbundet kulturelt uttrykksmiddel for å formidle til andre og for å prøve ut for egen del ulike personlige og kulturelle disposisjoner" (Rørhus, 1993:22). Dermed blir stil brukt for å signalisere sin plass i forhold til forskjellige kulturelle og sosiale referansepunkter. Ungdom bruker klesstil, holdning og væremåte til å fremme deres livsstil (Miegel, Johansson, 1992), for å oppnå status eller gode relasjoner med andre. I senere tid har vi også eksempler på klesplagg som

symboler for medlemmer av hip hop kulturen. "Symboler står for noe, de representerer en virkelighet, slik sett kan symboler manifestere mål eller verdier for den enkelte", dette kalles signifikante symboler (Hoem, 2010:130). I sangen "I Try" (2006) rapper Talib Kweli: "*Our uniforms is white tees and white sneakers*". På starten av millenniet var hvite joggeskoene som var en essensiell del av "*hip hop uniformen*" nærmere bestemt Nike Air Force One sko, som var blitt relansert av Nike etter å ha vært borte fra butikkhyllene i en del år. Nike Air Force One var en hvit basketballsko som skulle brukes på samme måte som Run DMC sine Adidas sko, de skulle holdes helt rene og skinnende hvite til alle tider. En hvit t skjorte, et par jeans og et par Nike Air Force One var uniformen for å regnes som kul på starten av 2000-tallet (Stoute, 2011). Slik blir den hvit t skjorten og hvite Nike Air Force One sko omgjort til symboler som representeres en kultur og symboliserer et sosialt felleskap, i dette tilfellet hip hop kulturen. Menneskelig atferd kan forstås "på bakgrunn av både kognitive, atferdsmessige og miljøbestemte faktorer" (Rørhus, 1993:46) og påvirkelig hverandre. Slik kan valget av Nike Air Force One eller Adidas sko bevisst brukes for å uttrykke sin identitet, normer og verdier for en hel gruppe. Disse objektene fungerer som signifikante symboler som et resultat av at de innehar større meninger enn bare klær som synliggjøres for andre som har nok *literacy* for å kunne tolke disse klesplaggene som signifikante symbol (Mead, 1974).

13.6 Literacy

Ifølge Schribner og Cole er *literacy* regnet som et sett av sosiale handlinger som bruker et system av sosiale symboler. *Literacy* handler ikke om hvordan for eksempel en kan lese, men det handler om å kunne bruke denne kompetansen innenfor en spesifikk kontekst (Østerud, Skogseth, 2008). Bruken av sko Nike Air Force One eller Adidas sko, sammen med enten en hvit skjorte eller en Adidas treningsdress blir er en form for sosiale symboler innenfor en spesifikk kontekst. Forbrukervarer men i særskilt grad mote blir brukt av unge for å oppnå en god selvfølelse og kunne identifisere seg med sine jevnaldrende (Furlong, Cartmel, 2007). *Literacy* er et sett av praksiser der kulturelle symboler blir benyttet for å løse ulike utfordringer eller oppgaver, og i dette tilfellet blir *literacy* eller kompetanser brukt for å konstruere livsstil og identitet for ungdom (Østerud,

Skogseth, 2008). Ifølge Russell Simmons, grunnleggeren av plateselskapet Def Jam, er det hip hop forbrukere som avgjør hva som regnes som "kult" i forbrukerkultur, enten dette er snakk om sko eller andre forbrukervarer.¹² (Stoute, 2011). Det er særlig gjennom mediene at kulturelle symboler, eller ulike livsstiler blir synlige for unge og det er gjennom denne kulturen at unge konstruerer deres identitet rundt (Tingstad, 2006 i Roth, 2007).

13.7 Swag

Det er viktig å kunne uttrykke sin selvstendighet gjennom en autentisk stil, og selvtilliten og stoltheten som kommer med disse klesvalgene som brukes som kulturelle signaler for å uttrykke tilhørighet. Denne holdningen og væremåten kan beskrives som en *swagger*. Populærkultur bruker uttrykket *swagger* som beskriver mer enn ditt utseende eller klesstil, det beskriver en utstråling, holdning og væremåte. Det handler ikke om designet eller de spesifikke detaljene i Adidas skoene, det som var viktig var hvordan en følte seg når de gikk rundt med skoene (Stoute, 2011). En person kan ansees som kul uten å måtte si et ord, det kan være en utstråling eller et kroppsspråk som signaliserer denne verdien. Swag beskriver hele din væremåte og din totale aura (Williams, 2011:68).

"Swagger" er også noe man kan besitte i større eller mindre grad for å beskrive hvor kul du er, hvor "fresh" du er eller hvor mye "stil" du har.

I sangen "Swagger like us" (2008) av T.I. går refrenget slik; "no one on the corner has swagger like us". Dette betyr at de er kulere enn de andre, de har mer "swagger" enn andre og dette legitimerer deres status og makt. Forskjellen mellom "swagger" og Blake sin definisjon på stil er at swagger omfatter den totale pakken, det er hvordan du ser ut, hvordan du oppfører deg og hvordan snakker i tillegg til hvordan du blir sett på av andre.

13.8 Klær som symboler på ungdomsskolen

Noen moter og klesstiler overskrider sosiale klasser men hvis en klesstil blir for tett knyttet til eller assosiert med en lavere sosial klasse, vil denne klesstilen bli

¹² Def Jam er plateselskapet som signerte Run DMC til en platekontrakt på 80-tallet, samtidig er Russell Simmons broren til Joseph "Rev Run" Simmons, et av medlemmene i Run DMC.

devaluert av medlemmer av andre sosiale klasser (Furlong, Cartmel, 2007). Slike elementer kan sees i skolen i dag. For eksempel vil elever like å kle seg *smart*, altså kle seg mer voksent ved å bruke klesplagg som skjorter på skolen. Slike klesplagg symboliserer deres affinitet for voksne verdier som å akseptere skolens verdier og normer. Elever som klær seg bevisst som voksne i en alder av 14-15 bruker disse klesplaggene for å signalisere både deres akademiske og sosiale identitet på skolen. En elev som kler seg "smart" vil forventes av medelever å inneha sett av atferd som er i samsvar med sine klær (Holland et al, 1998). Blant elevene som ble intervjuet for denne oppgaven som beskrev sin klesstil som *smart*, var det en tendens til å devaluere andre klesplagg som ble brukt av medelever. Klesplagg slik som joggebukser og hettegensere ble beskrevet som *slaskete* av elevene som foretrakk å kle seg smart, og disse klesplaggene ble regnet som ikke egnet til å bruke på skolen. Begrepet *slask* stammer fra ordene slapp og slabbedask, som ifølge bokmålsordboken beskriver en slapp fyr¹³. En slask klesstil symboliserer ikke et ønske om akademisk suksess, men heller slapphet og apati til skolen. Klesplagg som hettegensere og joggebukser blir derfor devaluert av elever som kler som mer seriøst.

¹³ <http://www.nob-ordbok.uio.no/perl/ordbok.cgi?OPP=slask&bokmaal=+&ordbok=bokmaal>

14. Ungdom kjøper ikke produkter eller varer men livsstiler – Apple sin forståelse av ungdomskulturer

"It's not the iPod, it's the iProcess (Stoute 2011:183).

14.1 Unge forbrukere

Vi har et ønske om å forstå verden rundt oss og forbrukerkultur er en måte å prøve å forstå verden rundt seg samtidig som gi uttrykk for hvem en selv er. Begrepet forbrukerkultur kan brukes for å forstå dagens moderne samfunn (Featherstone, 2007). Dagens kommersielle marked mater unge med en konstant strøm av verdier og forventninger som de forventes å følge. Et *gammeldagse* syn på identitet passer ikke inn i dagens moderne samfunn, vi kan heller snakke om "å skape seg selv" (Stafseng, 2002:352). Dette er en slags "personlig branding", der individet konstruerer sin og gruppens identitet for og har større frihet til å fremstille seg selv slik en ønsker. Dette har oppstått som en viktig form for sosial interaksjon, og har sin forankring i digitale medier (Papacharissi, 2011). Uttrykket å skape seg selv kan tolkes som å uttrykke seg selv gjennom språklige og kroppslige uttrykk slik som klesstil og andre materielle varer. For eksempel blir hvordan en person kler seg eller oppfører seg blir evaluert i forhold til et "marked" av symboler der verdiene av forskjellige identiteter. Her kan en "kjøpe" tilgang og status ved å inneha de normene og verdiene til en viss identitet innenfor det relevante marked, med andre ord den riktige konteksten (Wortham, 2006). Å skape seg selv kan gjøres ved hjelp av forbruksvarer og ifølge Hellevik (2001) er det en tendens blant unge å bevege seg i en retningen av materialistiske verdier. Unge vektlegger i større grad bruken av materielle varer og andres oppfatning av dem (Øia, Krange, 2005). Unge som ikke har muligheten til å delta i denne forbrukerkulturen vil kunne påvirket negativt samtidig kan det føre til eksklusjon innenfor visse ungdomskulturer (Furlong, Cartmel, 2007).

14.2 Kulturelle forbruksvarer

Globaliseringen har spilt en rolle i fremstille forbruks som det primære fokuset for konstruksjon av livsstil blant ungdom (Miles, 2000). Det har gitt massemediene en enda større rolle som drivkraften bak formidlingen av livstiler,

verdier og normer til ungdomskulturen og markedet (Rørhus 1993). Disse verdiene kommer i form av produkter som representerer kultur og en livsstil. Sentralt i det postmoderne samfunnet er et skift fra produksjon av materielle varer til produksjon av kulturelle varer (Horkheim, Adorno 1994 i Gelder, 2005). Dette synet er i samsvar med De Certeau (2002) som hevder at materiell forbruk er tett knyttet opp mot produksjonen av kulturelle objekter (Papacharissi, 2011). Forbrukere idag er bruker produkter som et symbol på identitet, og som indikatorer på status, og unge er i høy grad medlemmer av denne forbrukerkulturen. Produkter blir valgt av forbrukere på bakgrunn av troen på delte verdier og utstråling av "kulhet". Produktet må stå i samsvar med forbrukerens livsstil og identitet (Stoute, 2011). Det må altså være et symbolsk samsvar mellom verdiene og livsstilen til en gruppe og objektene som brukes for å uttrykke disse verdiene og livsstilene (Hebdige, 1979). Dagens unge forbrukere har høy *literacy*, de innehar ferdighetene, kompetanser og ferdigheter til å løse utfordringene som oppstår i dagens kommunikative verden. Slik kan forbruksvarer fungere som symbolske redskaper som unge bruker for å løse utfordringer når det gjelder utformingen av deres livsstil og identitet.

14.3 Globalisert forbrukerkultur

Alle kan delta i denne forbrukskulturen som et resultat av globaliseringen, som har gitt dagens unge forbrukere økt tilgjengelighet til produkter. Unge forbrukere i dag er kunnskapsrike som en følge av en økende eksponering blant annet av media, merkevarer og strømmen av diverse forbruker valg de står ovenfor (Stoute, 2011). Ifølge Cote og Allahar har det vokst frem en global ungdomskultur som et resultat av påvirkningen av moderne informasjonsteknologi som har spredd seg gjennom samfunnet, og har sin drivkraft i media (Miles, 2000). Stuart og Elizabeth Ewen ser på følgende tre tendenser som symptomatiske for forbrukerkultur; det finnes det ikke mote men det finnes ulike moter, det finnes ingen regler men bare valgmuligheter, og alle kan være den de ønsker (Featherstone, 2007). Ifølge Giddens er ungdom deltagere i senmoderniteten og dermed vil påvirkes dersom de er i miljøer som "leker seg med kulturens globaliserte uttrykk" (Aagre, 2003:45). Et moderne samfunn assosieres med økende intellektuelle impulser når det gjelder

refleksivitet og revurderingen av grunnlaget som kunnskap er basert på i en skiftende kontekst som inneholder hurtige sosiale forandringer (Featherstone, 2007). Kellner argumenter for unge i det senmoderne samfunnet dreier identitet seg rundt utseende, image og forbruk (Kellner, 1992 i Furlong, Cartmel 2007). Siden den symbolske kreativitet kan synliggjøres gjennom ungdommens klesstil, varer og produkter som brukes som brukes som meningsskapende symboler (Aagre, 2003). Forbrukerne er drivkraften bak utformingen av smak innenfor populærkulturelle rekke felt som mote, teknologi, media og underholdning. Dette er et resultatet av at forbrukerne har øyeblikkelig tilgjengelighet til kulturelle strømninger gjennom massemediene, og dersom et merke eller produkt ikke var "kult" lenger sprer slik informasjon seg øyeblikkelig over landegrensene (Stoute, 2011). Ifølge den franske postmodernist filosofen Jean-Francois Lyotard, blir vi som individer gjenskapt til forbrukere og produsenter (Beck, 2009). William Leiss (1983) sin forskning av reklame og markedsføring i Canada viser over de siste 50 årene har reklamene skiftet innhold fra å oppgi hvilke produkter som var til salgs og generell informasjon om disse produktene, til å utvikle seg til å fremstille produkter som en del av ulike livsstiler (Featherstone, 2007).

14.4 Apple sin forståelse av ungdomskultur

Apple var selskapet som forstod at det var viktigere å selge livsstiler enn å selge elektroniske varer. Apple innså at en datamaskin representerte aspekter av personlig stil, og er dermed et redskap for å uttrykke personlighet. Både design og markedsføringen av Apple sine produkter tok hensyn til å skape et nært forhold mellom forbrukerne og selskapet, og ikke minst gjøre deres produkter om til kultur (Stoute, 2011). Kultur kan blant annet ansees som et sett med ideer eller personlige følelser (Papacharissi, 2011). Ungdom kjøper ikke produkter eller varer passivt eller ukritisk, men bruker, transformerer og tilpasser disse varene til de meningene de selv ønsker (Miles, 2000). Apple sin strategi med knytte deres produkter om mot kultur, og spesifikt ungdomskultur var et resultat av at unge er opptatt av rangering. Ungdom skiller mellom hva som er bra og dårlig, hva som er *kult* og hva som ikke er *kult* etter hvert som de begynner å få begreper om sin egen smak (Aagre, 2003). I 2001 lanserte Apple den portable musikkspilleren iPod og etter 9 måneder hadde de kun solgt 150

000 eksemplarer. iPoden solgte dårlig fordi den var ikke regnet som "kul" blant forbrukerne. I dag er iPoden den mest gjenkjennelige og solgte portable musikkspilleren i verden, hva gjorde Apple for å gjøre iPoden så populær og "kul"? (Stoute, 2011). Apple relaterte deres produkter til et verdiorientert kulturbegrep, og gjorde iPoden personlig. Dette viser til hvordan kultur blir regnet som noe som kan vurderes, gjenstander og prosesser av kultur kan foredles, utvikles og kvalitets forbedres (Aagre, 2003:94). En av strategiene Apple brukte for å få iPoden var å utvikle en distinkt silhuett og å samarbeide med plateselskapet Interscope. Jimmy Iovine, styreformann i Interscope, var klar over det kulturelle rammeverket som dagens unge forbrukere innehar. Derfor kunne de ikke å ha en gitar som logo på iPoden, siden dagens generasjon ikke har det samme forholdet til gitaren som tidligere generasjoner hadde gjennom The Beatles og The Rolling Stones. Apple utviklet isteden en silhuett med unge mennesker i kule posisjoner som hørte på musikk på deres iPod. Disse silhuettene var både menn og kvinner, som hadde forskjellig stil både når det gjaldt hår og klær. Slik spilte Apple på ungdomskulturer, disse silhuettene besto av forskjellige individer med distinkte stiler som var regnet som moteriktige og "kule", men det var viktig at disse individene ikke fremsto som medlemmer av noen etnisitet, deres individualitet var vektlagt (Stoute, 2011).

14.5 iPod som en kulturell artefakt

Den andre markedsføringsstrategien til Apple var gi forbrukere muligheten til å se spillelistene som kjente artister hadde på deres iPoder, slik ble produktet et bindelegg mellom unge og deres idoler (Stoute, 2011). Disse artister brukte en iPod til å fremstille deres individualitet og for å kunne gi unge forbrukere et innblikk i deres smak. Produkter slik som en iPod er ikke meningsbærende i seg selv, men gjennom en meningsskapende prosess slik som artister som viser deres personlige spillelister og musikken de hører på deres iPod, blir en iPod og andre produkter til meningsbærende symboler og kan utrykke identitet (Roth, 2007). Neste steg i partnerskapet mellom Apple og Interscope var produktplassering. I videoen til "P.I.M.P" av hip hop artisten 50 Cent, holder han en iPod i starten av videoen og starter sin spilleliste med nettopp "P.I.M.P". Artisten er kledd i helhvitt, og rommet er også helt hvitt i samsvar med den hvite

iPoden (Stoute, 2011). Ifølge Beck (1992) er individets valg av forbruksvarer og klesstiler formet av markedsførings strategier og massemedia, men på den andre siden fungerer forbruksvarer som en viktig del av unges identitet (Jones & Wallace 1992 i Furlong, Cartmel, 2007). Apple sine iPod appellerte til ungdom fordi den spilte om mot forutsetningene og målene som forventes av en som er kul, ved å knytte det opp mot artister som store deler av ungdom syntes var kule. iPoden ble mer enn en musikkspiller, det ble en kulturell artefakt og en del av en livsstil. Dette gav iPoden og Apple en legitimitet hos de unge forbrukerne, siden unge forbrukere trodde at iPoden var en virkelig del av livet til disse artistene.

14.6 Delte verdier

Når verdi og interesse fremkaller et samarbeid, slik som mellom Interscope og Apple, eksisterer det et verdi og interessefellesskap (Hoem, 2010). Det må være et interessefellesskap mellom kjente figurer og selskaper, forbrukeren må tro på at en kjent figur bruker produktene de reklamerer for. Dette er linken mellom kultur og produktet som setter i gang dominoeffekten av forbruk (Stoute, 2011). På lik linje med Apple, selger ikke Jordan Brand produkter men de selger livsstiler. Ifølge Phil Knight, en av grunnleggerne av Nike selger ikke Jordan Brand sko men de selger drømmer. Ved å betale over 100 dollar for et par Jordan sko, kjøper forbrukeren et symbol som signaliser status og identitet. Ved å selge basketballsko lover ikke Jordan Brand at forbrukeren skal få de samme evnene slik som Michael Jordan, men forbrukeren kjøper en del av Jordan sin bragder og prestasjoner på basketballbanen gjennom å bruke skoene hans (Stoute 2011). Slik orienterer både Apple og Jordan Brand strategisk mot "ungdommen og forsøker å utnytte deres søken etter identitetspunkter" (Erstad 2002:184 i Erstad, Slettaa 2004, i Roth 2007:33). Etter at iPoden kom i hendene på kjendiser i populærkulturen begynte forbrukerne i flokke til iPoden, kun to år etter at Apple kun hadde solgt 150 000, skjøt salgstallene i været og Apple hadde solgt 28 millioner iPoder rundt omkring i verden. Slik ble Apple sin iPod mer enn bare en musikkspiller og et produkt (Stoute, 2011).

14.7 Livsstiler i utstillingsvinduet

Denne moderne mediedrevne og forbruksorienterte kulturen kan sammenlignes med utstillingsvinduene i butikker. Metaforen fungerer slik at unge kan velge å se på og vurdere hvilke livsstiler en har lyst på men det er ingen kjøpsforpliktelser (Ziehe, 2006). Forbrukersamfunnet kan også sammenlignes med en meny der individet kan fritt velge mellom hvilke livstiler de ønsker å adoptere (Miles, 2000). Individet velger selv hva som påvirker en, samtidig som dette inneholder et samspill med individets normer, behov, motiv, verdisystem og lignende. Ifølge Ziehe har vi gjennomgått et skift fra et normregulert til et preferanserelatert mønster i hverdagen. Avgjørelsen for å beslutte seg for noe gjennomgår en selektiv prosess som består av personlige preferanser (Ziehe, 2006). Dette gjelder å forstå ungdomskultur generelt og deres spilleregler. Unge forbrukere er aktivt med på å skape deres identitet gjennom forbruksvarer og dette forstod Jimmy Iovine og Apple når det utviklet markedsstrategiene for iPod, og senere for øvrige Apple produkter. Dette har blant annet resultert i at Apple har blitt flere ganger kåret av Forbes Magazine, som selskapet med den sterkeste merkevaren i verden som senest i 2012¹⁴. Forbruksvarer som Apple sin iPod og Adidas skoene til Run DMC er mer enn bare varer, de symboliserer unge menneskers livsstil og er med på å konstruere deres identitet gjennom delte meninger, verdier og holdninger. Slike forbruksvarer har fått større betydning av unge identitetskonstruksjon i senmoderniteten. Den kulturelle fristillingen har ført til at unge konstruere sin egen identitet i større grad som et "estetisk prosjekt" (Roth, 2007:70). Forbruksvarer bidrar som et verktøy som blir en del av individets egenverden, og kan brukes av unge som et av redskapene for å prøve å løse de sosiale utfordringene som de møter i et komplekst samfunn.

¹⁴ <http://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2012/10/02/apple-tops-list-of-the-worlds-most-powerful-brands/>

15. Ungdommers livsverden

15.1 Livsverden

Skolen legger til grunn for ungdomskultur gjennom interaksjon mellom elever både i sosiale og akademiske sammenhenger. Her det relasjonen de jevnaldrende seg imellom som står i sentrum. Ifølge Schutz (1972) fungerer sosiale verdener på bakgrunn av intersubjektivitet, og gjensidige forhandlede delte definisjoner (King, 1983). En livsverden er en sosialt og kulturell konstruert sfære der holdninger, verdier, normer og verdier verdsettes. En sosial gruppe deler den samme livsverden siden de verdsetter de samme normene og verdiene. I likhet med identiteter kan en person være del av flere ulike livsverdener, og disse er i samsvar med ulike sosiale identiteter. Livsverdener fungerer i samspill med sosiale strukturer og er et samspill mellom individet og sine omgivelser og produsert og reproduisert gjennom ulike sosiale interaksjonene og situasjoner. Livsverdener under konstant tolkning og revurdering som fører til kontinuerlig forandring. Dette er et resultat av improvisert handling av aktører og identitet er stadig skiftende som et resultat av de ulike sosiale diskursene og interaksjon som en kommer i kontakt med i løpet av hverdagen (Holland et al, 1998). Ungdomskultur er også i konstant forandring på grunn av improvisasjon av aktører med kulturell og sosial påvirkningskraft takket være "tastemakers" eller andre mediefigurer.

15.2 Sosiale verdener

Sosiale grupper fungerer som egne sosiale verdener ifølge Shibutani, gruppene fungere som delte sosiale verdener på grunn av medlemmene innehar et delt perspektiv (Irwin, 1970 i Gelder, 2005). Et slikt delt perspektivet kan sees i lys av unge bruk av kulturelle uttrykksformer som klær eller språk. For eksempel unges bruk av slanguttrykk, slik som *lø*. Dette er et begrep som beskriver noe som regnes som dårlig mange i unges livsverden. Et slik begrep vil ha samme mening for unge deler lik kultur men vil ikke attribueres en mening for en utenforstående. Det samme gjelder bruken av klesskap for å signalisere ulike budskap om identitet og sosial tilhørighet. Klesplagg virker som et kroppslig uttrykk for å definere forskjellige symbolske måter å være ungdom på. Dette gjelder både i deres egne og i andre øyne (Skogseth, Østerud, 2008). Ifølge

Wertsch (1991) brukes psykologiske redskaper som språk og andre tegnsystemer av individet for å mediere forholdet til virkeligheten (Skogseth, Østerud, 2008). En rekke koder, symboler, tenkemåter og språk kan bli benyttet for å for å skape en felles forestilling av virkeligheten for en gruppe. Slik fungerer ungdommers livsverden som delte livserfaringer, symboler og meninger. Unges livsverden kan sammenlignes med en barn sine lekeverdener. Når barn leker konstruerer de en verden som innehar et sett av regler i henhold til rollen, som for eksempel ved å leke doktor eller politi. På samme måte tar en livsverden i bruk kulturelle ressurser for å oppføre seg i henhold til deres sosiale identitet. Slike kulturelle ressurser kan være symboler som brukes av individer for å skape en livsverden, siden symboler fører med seg en attribuert mening og et sett med forventet atferd og væremåte (Holland et al, 1998).

15.3 Kulturelle virkemidler

Ifølge Bourdieu fungerer virkemidler som kultur, smak og dømmekraft i et maktspill som bidrar skapningen av skillelinjer mellom ulike grupper (Aagre, 2003). Slik som sosiale merkelapper blant ungdom som blir brukt for å trekke skillelinjer mellom ulike grupperinger og for å skape et skille mellom *oss* og *dem*. Kulturelle virkemidler som tyder på god smak og oppnåelse innenfor ungdommens sosiale hierarki kan betegnes som subkulturell kapital. Denne formen for kapital fungerer som et middel som unge bruker for å forhandle frem til og akkumulere status innenfor deres egne sosiale verdener (Thornton, 1995). Ulike symbolske merkelapper som brukes for å beskrive sosiale strukturer, enten det er snakk om fysiske personer eller sosiale prosesser, er meningsbærende i form av delte erfaringer og forventninger som springer ut av sosial interaksjon. Det er gjennom interaksjon med andre at en lærer å klassifisere og kategorisere objekter som en kommer i kontakt med. Gjennom denne prosessen tilegner individet seg hvordan en er forventet å oppføre seg i forhold til disse objektene (Burke, Stets, 2009).

15.4 Gester

Mead vurderer gester som viktige verktøy i kommunikasjon og interaksjon mellom aktører. Gesten innehar både en mening for individet som utfører den

samt individet som den er rettet mot (Burke, Stets, 2009). Når en gest får lik mening for begge aktørene fungerer gesten som et signifikant symbol. Dette symbolet blir en stimulus eller en standard som det er ønskelig å handle etter (Levin, Trost, 1996). En gest kan for eksempel være en person som håndhilse på en annen. En slik gest representerer respekt og anerkjennelse mellom to aktører, slik blir denne gesten en stimulus som det er ønskelig å handle etter. Dette er en gest som er vanlig blant voksne men også elever på ungdomsskolen, og er viktig i ungdomsårenes søking etter anerkjennelse og respekt. Håndhilsning er også et effektivt verktøy mot *overlegenhet* som er veldig negativt sett på i ungdommenes øyne som har deltatt i denne undersøkelsen.

15.5 Artefakter

Livsverdener bidrar til konteksten som både sosial interaksjon og sosial posisjon foregår i, men er avhengig av bruken av artefakter. Det er gjennom bruken av artefakter at livsverdener blir kollektivt utviklet og individuelt lært. Artefakter får sin mening gjennom forbindelsen til den sosiale og kulturelle situasjonen. For eksempel har poker brikker liten verdi i en butikkhylle, men for en som prøver å kvitte seg med alkoholproblemer symboliserer den poker brikken en tidsperiode som en har klart seg uten alkohol. Slik fungerer poker brikken som en artefakt som med forskjellig mening i henhold til ulike sosiale og kulturelle situasjoner. På like linje vil individer anta at deres atferd og språkbruk vil oppfattes i samsvar med den riktige sosiale og kulturelle konteksten, eller sagt annerledes i henhold til den korrekte livsverden. Dette krever literacy ettersom ulike livsverdener som inneholder et eget sett med regler, normer, verdier og væremåter. Ifølge Vygotsky er artefakter som brukes i en sosial eller kulturell sammenheng viktige fordi de påvirker den sosiale interaksjonen. I likhet med artefakter, blir diskurser også formet av de ulike livsverdene, og individet følger spillereglene i henhold til diskursen som personen velger å vektlegge (Holland et al, 1998).

15.6 Felleskap

Både livsverdener og ungdomskulturer fungerer som et felleskap og en form som tilhørighet som medlemskap blir tildelt ulike individer. Massemediene

fremstilling av ulike kulturelle ressurser påvirker både ungdomskultur og livsverdener. Anderson (1983) beskriver et forestilt felleskap på basis av en felles følelse av tilhørighet og medlemskap innenfor sosiale kategorier. En slik fellesskapsfølelse blir opprettholdt gjennom bruken av kulturelle artefakter. En følelse av felleskap blir skapt gjennom like interesser eller like syn på forskjellige ting. Calhoun (1991) sammenligner Anderson sitt teori om forestilte felleskap med de generelle vilkårene som gjør seg gjeldende i et moderne samfunn. Fordi mange av de sosiale forholdene i det moderne samfunnet er både indirekte og basert på distanse på grunn av massemediene. Det er gjennom massemedier at vi blir fremstilt for ulike måter som individer kan ta i bruk i sin livsverden. På bakgrunn av slike fremstillinger, fungerer livsverdener som kulturelle ressurser som hjelper individer i konstruksjonen av deres identitet (Holland et al, 1998).

16.Metode

16.1 Anvendt metode

Metodekapittelet vil jeg anvende for å forklare hvilke vitenskapelige parametere som undersøkelsen er bygget på. Samt beskrive hvordan kvalitativ forskning har blitt brukt som metode, og vil bli brukt i denne oppgaven. Jeg har valgt en kvalitativ metode Forskningsprosjektet er altså basert på induktivisme. Jeg har valgt meg ut en teori basert på data og observasjon, og bakgrunn av dette vil jeg generalisere og konstruere teori i henhold til teorikonstruksjon hos Lund (2002).

16.2 Postmodernistisk tilnærming

Kunnskap i en postmodernistisk tilnærming til kvalitativ forskning er basert på ulike sammenvevde nettverk som individer er en del av. Fokuset ligger på sosiale og språklige virkemidler som konstruerer en virkelighet hvor kunnskap er validert gjennom praksis. Det kvalitative intervjuet skaper kunnskap gjennom interaksjon gjennom intervjuobjektets ulike diskurser og sosial strukturer blir fortalt. Intervjueren får tilgang til et mangfold av fortellinger og erfaringer, dette åpner for å prøve å forstå intervjuobjektets livsverden ved å tilskrive mening gjennom ulike diskurser og fortolkninger (Kvale, 2007). En slik tilnærming er best egnet til min undersøkelse ettersom jeg har valgt å fokusere på de ulike forventningene som knyttes til ungdom i dagens postmoderne risikosamfunn. Samt hvordan postmoderne uttrykk internaliseres og kommer til uttrykk i ungdommens hverdagsliv.

16.3 Det kvalitative intervju

Samtaler som et verktøy for å avdekke systematisk kunnskap om ulike felt har lang fartstid i menneskets historie, og kan dateres tilbake til det antikke Hellas. Dagens moderne samfunn blir beskrevet som et "intervjusamfunn" av Atkinson og Silverman (1997) som kan sees i lys av intervjuer har blitt en vanlig del av kultur. I dagens "intervjusamfunn" har konstruksjonen av selvet kommet i fokus og intervju fungerer som en sosialt teknikk for å konstruere selvet. I motsetning til intervjuene i det antikke Hellas er et forskningsintervju en profesjonell

interaksjon som har en struktur og et formål bestemt av intervjueren. Formålet med kvalitative forskningsintervju er å prøve å forstå, beskrive og noen ganger forklare ulike sosiale fenomener fra innsiden. Sagt annerledes søker et forskningsintervju å avdekke meningen bak sentrale temaer innenfor intervjuobjektets livsverden. Dette kan blant annet gjøres ved å analysere erfaringene til individer eller grupper. Felles for kvalitativ forskning er ønsket om å avdekke hvordan mennesker konstruerer verden rundt dem og hvilke hendelser eller handlinger som de synes er viktige. Intervju som en forskningsmetode er en viktig metode for å produsere kunnskap om menneskers situasjon, deres erfaringer og ulike ting som de opplever som viktig i deres hverdag (Kvale, 2007).

16.4 Intervjuguide

Jeg har valgt å ta i bruk semi strukturert eller halv strukturert intervju som passer best med hva jeg ønsker å avdekke med min undersøkelsen. Et semi strukturert intervju er verken åpent slik som en hverdagslig samtale eller lukket som et spørreskjema. Et slik forskningsintervju har som formål å konstruere kunnskap i interaksjonen mellom intervjueren og intervjuobjektet, samt å avdekke kunnskap om intervjuobjektens livsverden og tolke meningene til disse forklarte fenomenene fra intervjuobjektene sitt perspektiv (Kvale, 2007). Jeg har valgt en slik struktur fordi er viktig at intervjuobjektet føler seg trygg på å svare på spørsmålene ærlig, og at kan stole på den som intervjuer. Ettersom intervjuobjektene var skoleelever var det viktig å ikke fremstå som en lærer og legge til at ingen svar er riktige eller feil, men at jeg ønsker å avdekke deres tanker og meninger om visse felt.

16.5 Intervjustruktur

I et forskningsintervju avdekkes informantens fortellinger om deres livsverden, deres håp og drømmer, samt frykter. Informanten forklarer deres erfaringer og opplevde livsverdenes med egne ord, slik lærer vi om både deres skolesituasjon og sosiale liv. Disse to faktorene er viktig i min undersøkelse. Kunnskapen i et forskningsintervju er konstruert bygger på interaksjonen mellom informanten og intervjueren (Kvale, 2007). Jeg valgt å bruke dybdeintervju siden en slik

innholdsmessig frihet kan hjelpe til med å avdekke informantenes personlige opplevelser, og gi videre innsikt til deres tanker og følelser rundt skolen. Forskningsintervjuet er begrepsforankret siden det handler om elevenes forståelse av begreper som "nerd", "populær" og "kult". Intervjuet vil bestå av bakgrunns spørsmål, altså for å få intervjuobjektene «varme i trøya» og komfortable nok til å svare på hovedspørsmålene. Intervjuet vil også bestå av hendelses og handlingsspørsmål og følelsesspørsmål ettersom det er informantenes subjektive tanker og følelser som er meningen med å avdekke i dette intervjuet. Spørsmålene er ganske åpne og elevene får svare ganske fritt om deres tanker rundt ulike begrep som "nerd". Slik fokuserer forskningsintervjuet på elevenes personlige meninger, og holdninger til rundt slike begreper. Siden strukturen på intervjuet er ganske løst så er det muligheter for å be elevene utdype svarene deres dersom de svarer kort, eller at jeg kan komme med tilleggsspørsmål dersom elevenes svar åpner for dette. Det vil med andre ord være rom for probing slik som for eksempel at elevene kommer med spesifikasjoner eller eksempler.

16.6 Utvalg av informanter

Jeg fikk tillatelse å intervju elever på 10 trinn på en ungdomsskole i Groruddalen i Oslo, både av skoleledelsen og klasseforstanderne i de ulike 10klassene. Ettersom informantene i undersøkelsen min hadde fylt 15år, så falt undersøkelsen min utenfor meldeplikten hos NSD¹⁵. Det var heller ikke nødvendig med tillatelse fra foreldre ettersom 15år gamle elever på egenhånd kan gi samtykke dersom de vil være med på en undersøkelse. På grunn av en tettpakket timeplan fikk jeg muligheten til å intervju til sammen 9 elever spred utover 3 dager. Utvalget av informanter var tilfeldig, klasseforstanderne valgte 3 elever fra sin egen klasse som frivillig uttrykte et ønske om å delta i undersøkelsen. Elevene ble valgt uavhengig av skoleprestasjoner, og begge kjønn var representert fra alle klassene. Både informantene og skolen er anonymisert i undersøkelsen. Jeg har valgt å ikke skille mellom kjønn, eller vektlegge etnisitet i analysen av materialet ettersom jeg er mer opptatt av å avdekke ungdom som en gruppe sin mening, uavhengig av kjønn og etnisitet.

¹⁵ Se vedlegg

16.7 Innsamling av data

Elevene fikk informasjon på forhånd om min undersøkelse, og jeg forklarte hensikten bak intervjuet før vi satte i gang. Strukturen på intervjuet og momentene som jeg ønsket å dekke ble forklart før intervjuet startet. Elevene gav samtykke om å delta i undersøkelsen og ble informert om at de kunne velge å avbryte intervjuet når som helst dersom de ønsket det. Elevene ble intervjuet individuelt, slik at de ikke kan bli påvirket av andres elevers ideer eller tanker rundt på forskningsområdet. Jeg brukte en båndopptaker for innsamlingen av data, ettersom dette var mer praktisk enn å ta notater, og eliminerte faren ved å trekke inn egne tolkninger i nedskrivningen av notater. En fordelene ved bruk av båndopptaker er muligheten til å kunne oppdage ulik bruk av pauser, tonefall og vektlegging av ord. Elevene som deltok i undersøkelsen ble informert om at jeg ville bruke båndopptaker, men gav samtykke til dette før intervjuet startet. På grunn av etiske hensyn ble lydfilene lagret på min personlige datamaskin lukket med passord slik at ingen andre hadde tilgang til dem og ble slettet etter intervjuene ble transkribert.

16.8 Etiske Hensyn

Forskningsintervjuer må ta i betraktning de ulike etiske hensynene som følger med å intervju informanter. Etiske og moralske hensyn fra intervjueren i et forskningsintervju er basert på intervjuerens integritet, sensitivitet og engasjement for moralsk handling og spørsmål. Dette krever en delikat balanse mellom intervjuerens ønske om å avdekke kunnskap og ta hensyn til informantens integritet. Alle elevene som har deltatt i undersøkelsen har fylt 15 år, og gav samtykke for deltagelse. Ifølge Sennett (2004) er dybdeintervju en delikat prosess som krever spørsmål som går i dybden uten at informanten føler seg at intervjueren har stilt altfor personlige spørsmål under (Kvale, 2007). Jeg tok kontakt med NSD i forkant av intervjuene, og fikk beskjed om at undersøkelsen min falt utenfor deres meldeplikt. Elevene mottok informasjon av assisterende rektor om at en student skulle foreta en forskningsundersøkelse basert på deres syn på skolen som en sosial og akademisk arena, og andre spørsmål de måtte ha angående undersøkelsen. Intervjuguide ble vist på forhånd

til assisterende rektor ved skolen og godkjent som materiale egnet materiale for å intervju elevene.

16.9 Undersøkelse av reliabilitet og validitet

Min undersøkelse er ikke en statistisk undersøkelse, og dermed faller statistisk validitet, indre validitet og begrepsvaliditet utenfor mitt felt. Jeg har valgt å fokusere på ytre validitet og truslene dette kan medføre. Jeg har valgt å fokusere på en til-generalisering ettersom det er i samsvar med det jeg ønsker å avdekke. En til-generalisering omhandler en bestemt individpopulasjon, situasjoner eller tid. Jeg har valgt å fokusere på en bestemt individpopulasjon, nemlig 10klassinger på en skole i Groruddalen og deres opplevde livsverden. God ytre validitet er oppnådd dersom "det kan generaliseres til og over relevante individer, situasjoner og tider" (Lund, 2002:105). Trusler knyttet til den ytre validiteten er individhomogenitet og ikke-representative individutvalg. Jeg har gardert undersøkelsen min mot trusselen om individhomogenitet ved å velge ut informanter basert på en heterogen gruppe, ved å inkludere både gutter og jenter. Faren knyttet til et ikke-representativt utvalgt jeg har bekjempet ved at klasseforstanderne valgte ut tre tilfeldige elever fra hver sin klasse, sagt annerledes ble det trukket et tilfeldig utvalg fra populasjonen, En trussel som følge av transkribering av en lydfil er føringen av muntlig språk til skriftlig form, ettersom det er to ulike diskurser med ulike regler. En annen fare ligger også i at intervjueren kan bruke sin egen tolkning i sin transkribering fra muntlig til skriftlig språk. Reliabilitet eller pålitelighet beskriver i hvilken grad innsamlet data er fri for målingsfeil (Lund, 2002) God lyd på lydfilene øker reliabiliteten av transkriberingen (Kvale, 2007). For å bekjempe denne trusselen ba jeg elevene snakke tydelig, og gjentok spørsmålet dersom noe var utydelig, eller ville føre til problemer senere under transkriberingen.

17. Analyse av resultater

17.1 Begrunnelse for valg av kategorier

Her jeg vil jeg analysere resultatene fra undersøkelsen i henhold til ulike kategorier som jeg har utarbeidet på bakgrunn av informantenes svar. En slik analysering av data og kategorisering referer til en prosess som involverer å bryte ned, vurdere, sammenligne og sortere data i henhold til ulike kategorier (Strauss, Corbin, 1990 i Kvale, 2007). Kategoriene jeg har valgt er i samsvar med teoriene som har blitt fremstilt tidligere i oppgaven og dekker informantenes syn på kollektive sosiale merkelapper slik som begrepet "nerd". Informantenes syn på intelligens i henhold til både definisjon og alternative diskurser knyttet til dette begrepet, betydningen av klær som meningsbærende symboler og deres syn på popularitet. Samt viktigheten av sosiale medier og vennegjengen i ungdomsårene. Informantene som deltok i undersøkelsen var veldig forskjellige, både som personer men også verdier, holdninger og interesser. Noen var skoleflinke mens andre var skoletrøtte men til felles var den en slags konsensus og en overall enighet på betydningen og viktigheten når det gjelder de fleste kategoriene.

17.2 Hva er en "nerd"?

Bortsett fra to stykker knyttet resten av informantene begrepet "nerd" opp mot den populærkulturelle stereotypiske fremstillingen av en slik person. Altså en som bruker rutete skjorter og briller. Slik fungerer klær og utseende som meningsbærende symboler som tolkes av andre, og som gir forventninger om atferd og personlighet. Ifølge informantene var fordelene med å være en "nerd" å ha høy intelligens, gjøre det bra på skolen og være flink i dataspill og to stykker som knyttet dette opp med økt sjanse for økonomisk suksess senere i livet. Derimot er ulempene var at en kan være sjenert, slite sosialt og være dårlig i sport ifølge informantene. Dette er også i samsvar med de populærkulturelle fremstillingene av en sosial identitet slik som en "nerd".

" Litt spesiell person kan man si, litt sånn outsider kanskje"

Slike svar er i samsvar med Aagre (2003) sin definisjon av en "nerd" som en person som ikke oppfører seg i henhold til det som verdsettes i ungdommers sosiale verden, slik som idrett og tilhørighet til sosiale grupper. Flere informanter uttrykte at det er bra å være en "nerd" siden dette var assosiert med intelligens og gode akademiske resultater. Samtidig som flere svarte at "nerd" er en nedlatende uttrykk men alle informantene svarte at det er mulig å være god på skolen uten å være "nerd". Slik er det forenlig å både gjøre det bra på skolen og sosialt. Dermed er det mulig å både være konge i klasserommet og friminuttene, men dette forutsetter gode egenskaper i begge arenaene.

17.3 Hva betyr intelligens?

"Alle er jo smarte på en måte. Noen er jo flinke i sport, fysisk smarte, andre musikalsk, andre er faglige smarte"

På spørsmålet om hva vil det si å være smart, knyttet over halvparten av informantene intelligens direkte opp mot skoleprestasjoner, mens resten definerte intelligens som å være smart på flere arenaer slik som akademisk smart, sosialt smart, smart i sport eller musikalsk smart. Når det gjaldt skillet mellom book og street smart svarte halvparten av informantene at book smart var den viktigste formen for intelligens men den andre halvdelten syntes street smart var viktigere, mens en informant syntes de var like viktige. Verdsettingen av disse to formene for intelligens er i samsvar med informantenes tidligere svar, de som vektla en nerd sin sterke akademiske prestasjoner som positive svarte at skolekunnskap var viktigere enn sosial kunnskap. Samt at elever som regnet seg selv som book smart vektla viktigheten av gode akademiske prestasjoner. Informantene som regnet seg selv som street eller sosialt smarte syntes denne intelligensformen var viktigere. Disse svarene passer overens med selvbekreftelsesteoriene der individet retter fokuset sitt mer på områder hvor de er kompetente for bedre sin selvoppfatning (Hogg, Vaughan, 2008). Slik vil elever som regner seg selv om skolesmarte fokusere på akademiske prestasjoner mens elever som er sosialt smarte vil vektlegge den formen for intelligens. Interessant nok svarte flesteparten av informantene at det var viktigere å ha det bra sosialt på skolen enn å ha bra karakterer. Dette er i samsvar med dagens

utdanningssamfunn som forsterker kontakten som elever har med hverandre siden tilbringer så mye tid sammen på skolen (Frønes, 1994). Slike svar er også i samsvar med at ungdom er på søken etter en plass i en større sosial kontekst, er avhengig av å tilhøre et felleskap for å skape en positiv selvfølelse og et godt selvbilde (Øia, Krangle, 2005). Dette viser at skolen ikke bare er en læringsarena men også en viktig sosial arena for elevene for å komme i kontakt med jevnaldrende. Alle informantene var enige i at det var viktig for behandle medelever med respekt og være hyggelig mot hverandre, dette var uskrevede regler blant elevene. Skolen er en sosial struktur som påvirker atferden til elever, og legger en demper på atferd som skolen definerer som uønsket (King 1983).

17.4 Popularitet

Alle informantene er enige i at popularitet er knyttet til å være godt likt av andre, og å ha mange venner, få oppmerksomhet fra andre og at andre "vil henge med deg". Over halvparten av informantene knytter popularitet opp mot kroppslige uttrykk spesielt klær eller men også utseende og talemåte. Dette er i samsvar med Coleman (1961) som hevder at eksterne attributter slik som klær eller utseende er en viktig del av ungdommens miljø. Disse svarene tyder på at popularitet er ikke en status en tilskriver seg selv men blir tilskrevet det av andre gjennom å være godt likt og ha mange venner. To informanter knytter popularitet opp online identitet, der populære ungdommer får mer oppmerksomhet og "likes" på sosiale medier som Facebook. Halvparten av informantene forbinder å være kul med noe som varierer fra person til person med tanke på interesse. Dersom en person interessert seg for hip hop vil dette være kult for en person forklarer en informant. En tredjedel av informantene knyttet å være kul direkte opp mot klesstil og humor, altså hvis en person kler seg bra og eller er morsom så er den personen kul. En informant definerte begrepet kul som "å ha swagger", som mer enn ditt utseende eller klesstil, det beskriver en utstråling, holdning og væremåte. Alle informantene er enige i at en kan både være populær og gjøre det bra på skolen, dette beviser at akademisk og sosialt suksess er fullt forenlige med hverandre. En informant er raskt til påpeke at populær ikke betyr dum, men godt likt. Videre forteller to informantene at de mest populære på skolen deres også er veldig skoleflinke. Disse ungdommene

har høy literacy, altså ferdigheter, kompetanser og å løse utfordringer både sosialt og akademisk. Slik er popularitet lokalt utformet på denne ungdomskolen siden om det avhenger av å inneha de riktige kvalitetene bestemt av kulturen som finnes på den spesifikke skolen (Coleman, 1961). Slik er holdningene og verdier knyttet til popularitet utviklet gjennom meningsskapings i en lokalt utformet ungdomskulturen (Aagre, 2003).

17.5 Klesstil

For to tredjedeler av informantene er klesstil viktig fordi det beskriver hvem de er som personer, og dermed også hvordan de blir vurdert av andre.

Informantene som ikke er opptatt av klesstil begrunner dette med at de bruker klær de selv ønsker og er ikke opptatt av å følge trender. ” Det er mange som bryr seg om hva de har på, det er mer sånne populære folk å sånn. De må alltid ha det og det og det, for å passe inn” ifølge en informant. Dette er et eksempel på hvordan å ha ”riktig” smak og livsstil fungerer som symboler på status (Miegel, Johansson, 1992) blant elever på denne ungdomsskolen. Disse informantene er ikke interessert å følge idealet for hva som er ”kult” å ha på seg men fokuserer heller på hva som er komfortabelt å ha på seg. Elevene som ikke er opptatt av hvilke klær de har på seg knytter heller ikke noen særlig signifikans opp mot klesplagg, Informantene som synes klesstil er viktig knytter dette opp mot deres personlighet og dermed også opp mot deres identitet. Dette er i samsvar med teorien om at klær og stil er viktige symboler eller indikatorer på identitet for ungdom (Francis, Harris, Jarvis, 2008). Dette viser også at klesstil er et uttrykk for hvem du er både for deg selv og for andre rundt deg til å tolke. Klesstil er for det fleste informantene en refleksiv prosess, der en klesstil knyttes opp mot personlighet siden folk rundt prøver å tyde disse tegnene eller symbolene som uttrykk for å konstruere en sosial identitet (Furlong, Cartmel, 2007). Ulike klær gir ut ulike signaler for andre å tolke, og slik er klesstilen avhengig av den sosiale situasjonen. En informant forteller at klesstil ikke er viktig når han er med sine kamerater, men dersom han skal møte noen jenter er det viktig å kle seg godt. Klesstil symboliserer også holdninger og verdier. En informant svarer at han liker å gå med klær som signaliserer ”de som er mer intelligent og mer motiverte til å gå på skolen”. Samme elev svarer at ” Selv om jeg ikke ser ut som en person

som ikke liker hip hop, så liker jeg hip hop selv” og påpeker dermed at klær signaliserer en person sin smak og verdier. En annen informant svarte ”jeg klarer for eksempel ikke å kle meg i sånn slaske stil. Ville føltes ubehagelig å gå i joggebukse og sånn”. Slik er klesstil og smak en standard som folk identifiserer seg gjennom, både når det gjelder hva en liker og ikke minst hva en hva en ikke liker (Thornton, 1995). En velger å bruke klær som symboler fører med seg en attribuert mening og et sett med forventet atferd og væremåte (Holland, Lachicotte, Skinner, Cain, 1998). ”Jeg har fått høre at jeg kan se dum ut” svarte en informant. Videre forteller denne informanten om hun stadig får tilbakemeldinger om å se ut som en ”bad girl” på grunn av hennes klesstil, piercing i tungen og påtegnede øyebryn. Dette er et eksempel på hvordan denne eleven har blitt sosialt kategorisert og identifisert gjennom sitt utseende og hvilken forventet atferd dette medfører (Wortham, 2006). Dette er en elev som regner seg selv om flink på skolen blir alltid ikke tolket slik på grunn av sitt utseende, slik fungerer utseende og klesstil som indikatorer på forventet atferd blant unge.

17.6 Sosiale medier

Innloggingssiden til Facebook har følgende beskjed, ”Facebook helps you connect and share with the people in your life” og dette er viktig for ungdommene som deltok i undersøkelsen. Alle informantene svarte at de bruker sosiale medier, spesielt Facebook på grunn av at det er bra måte å holde kontakt med venner på, enten dette er venner en ser daglig eller venner som bor lengre unna. Dette beviser at hvordan dagens nettverkssamfunn gjør det lett å få tak i informasjon, kommunisere med hverandre og dele digitale medier som bilder, film eller musikk (Skogseth, Østerud, 2008). En informant peker på at det viktig å kunne dele bilder og statuser slik at en kan se hva andre holder på med siden slik er det viktig å være ”in the know” og føler at hun ”ligger etter hvis jeg ikke har pcen eller mobilen min”. En annen informant beskriver viktigheten av å være oppdatert på Facebook med å vite ”hva som skjer i Oslo”. To informanter nevner at Facebook er viktig fordi ”alle har det” mens andre nevner at sosiale medier ikke er viktig men likevel så bruker de tid på det av ulike grunner. Slik fungerer sosiale medier som et felleskap som er nødvendig i ungdomsårene fordi en er

avhengig av å tilhøre et felleskap for å skape en positiv selvfølelse og et godt selvbilde (Øia, Krange, 2005). En informant beskriver popularitet som ”på internett blir du veldig godt lagt merke til. Du ser de har flest likes, de har flest venner”. En måte å oppnå sosial aksept blant sine jevnaldrende er gjennom antallet av venner en har (Coleman, 1961), i sosiale medier kan dette sees blant annet gjennom antall venner unge online. Antall venner en har på facebook regnes som en form for sosial kapital blant unge og er med på å signalisere deres sosiale identitet dersom de har mange venner eller likes online. De fleste informantene har kun positive ting å si om sosiale medier mens et par stykker advarer mot at bli ”hektet på Facebook” og at en må være forsiktig med det en legger ut siden det er offentlig og alle kan se det. Sosiale medier påvirker ungdom og alle informantene tar del i dette online felleskapet, og dette viser hvordan de digitale påvirkningskildene fungerer som både en møteplass og en viktig samhandlingsarena for unge (Hoem, 2010).

17.7 Vennegjengen

Ifølge selvbekreftelsesteorier er det naturlig for et individ å oppsøke personer som bekrefter det positive synet en har om seg selv, derfor er det vanlig å velge venner på bakgrunn av lik interesse (Burke, Stets, 2009). Nesten alle informantene forteller at de velger venner på bakgrunn av like interesser, som for eksempel idrett, musikk, sport, fotografi eller å gjøre det bra på skolen er blant interessene nevnt. Andre faktorer for å velge venner er at de er snille, personer som er mest like dem selv, personer de kan stole på, støtter dem og er morsomme å henge med. Vennegjengen dekker individets fysiologiske behov og ønsket for selvbekreftelse for å oppnå en positiv selvoppfatning. Informantene vektlegger viktigheten av å kunne være seg selv med vennene sine, at de kan ha det gøy sammen uten å måtte bekymre seg og kan stole på vennene sine. Dette viser hvordan vennegjengen er en viktig del av behovet for trygghet og sikkerhet, slik at en føler seg trygg og skaper sosiale bånd blant ungdommer. Dette kan eksemplifiserer gjennom svaret til en informant som beskriver en venn som ”en jeg kan stole på. En jeg kan fortelle alt til uten å være redd for at den personen forteller det videre til noen” mens en annen informant vektlegger at i ”en venn er det viktig at han støtter deg og er med deg, liksom, ikke ditcher deg”. Altså en

person som står ved din side og ikke forlater deg, disse svarene viser hvordan ungdom er også avhengige av kjærlighet og sosial tilknytning blant sine kamerater på skolen (Imsen, 2005). De fleste informantene svarer at de blir påvirket av vennegjengen sin, ifølge en informant påvirker han i form av "på hvordan jeg er, og blir". Vennegjengen er veldig viktig i ungdomsårene siden en trenger å tilhøre et felleskap for å skape en positiv selvfølelse og et godt selvbilde (Øia, Krange, 2005). Alle informantene ønsker å bli husket på en positiv måte av sine medelever, enten som morsomme, hyggelige, snille, ærlige, ikke frekke, fint utseende eller rett og sleit som "åltreite personer" slik som to informanter påpeker. Disse svarene er i samsvar med Erikson (1969) sin teori om at ungdom er veldig opptatt av inntrykket de gjør på deres jevnaldrende (Erikson, 1969). Hvordan andre ser på deg er viktig for informantene på denne ungdomskolen, tre stykker sier at de ikke bryr seg om hvordan andre ser på dem men legge også til at de vil bli påvirket dersom flere personer husker som dårlige mennesker. Selv for en informant som ikke hadde lyst til å være populær eller var opptatt av hvordan andre vurderte hennes i lys av hennes klesstil var det viktig for henne å bli husket som "kul å henge med". Alle informantene blir påvirket av andres syn på dem men spesielt synet til vennegjengen var regnet som den viktigste hos de fleste.

18. Avsluttende tanker

18.1 Mine funn

”Jeg er en av de mest populære jentene men jeg er fortsatt flink på skolen, jeg klarer å skille mellom skole og fritid”

Er det mulig å være konge i klasserommet og i skolegården? Er akademisk suksess og sosial status forenlige, eller er dette to ulike diskurser som ikke er det? Sitatet ovenfor fra en av informantene beskriver godt forholdet mellom akademisk suksess og sosialt status blant elevene på ungdomsskolen der jeg foretok denne undersøkelsen. Alle informantene er enige i påstanden om at det er mulig å gjøre det bra på skolen uten å være en ”nerd” og at det er mulig å være populær og gjøre det bra på skolen. Dermed er akademisk og sosial suksess to forenlige faktorer men samtidig er det ulike forventninger knyttet til akademisk og sosial suksess. Street smarts og book smarts er to ulike diskurser som inneholdt ulike verdsett men på bakgrunn av svarene til informantene kan det begrunnes at en kan inneha begge disse diskursene. Fordi et individ har flere identiteter, er medlem av flere ulike sosiale grupper og ulike livsverdener. Alle disse faktorene er ikke statisk men fluide, og i konstant tolkning og vurdering i forhold til ulike sosiale strukturer. Svaret på problemstillingen er at ungdommer kan verdsette ulike diskurser i forskjellige sosiale situasjoner eller kontekster, altså kan en verdsette sosial interaksjon i friminuttene men samtidig klare å fokusere på å gjøre det bra akademisk under skoletimene. Populærkulturelle fremstillinger som er negative til skolen, og fremstiller kollektive identiteter slik som en ”nerd” elever har blitt en del av informantenes livsverden, der de fleste svarte med å karakterisere en ”nerd” slik som stereotypiske fremstillingen med briller, rutete skjorter, intelligent og gjerne med nedsatte sosiale evner. Nerd er et nedlatende ord slik som en informant forteller, men en slik sosial identitet forbindes gjerne til individer som verken har sosiale evner, og prioriterer akademisk suksess eller dataspill foran alt annet ifølge informantene. Beskrivelsen av en ”nerd” av de fleste informantene viser hvordan eksterne attributter slik som klær og utseende fungerer som symboler som blir tolket av andre i henhold til forventet atferd. Slik som informanten som svarte at hun har

fått høre ut hun ser "dum" og "bad girl" på grunn av hennes utseende med påtegnede øyenbryn og piercing i tungen. Ettersom et slikt utseende tradisjonelt ikke forbindes med akademisk suksess ifølge medienes fremstilling er dette en elev som regner seg selv om skoleflink. Slik bruker ungdom sosial kategorisering på bakgrunn av utseende, men også egenskaper og karakteristikk å sette individer i ulike sosial båser. Selv om det er mulig å forene sosial status og akademisk suksess blant ungdommer på denne skolen, har jeg funnet at det krever høy literacy for å være kompetent innenfor den sosiale, den online og læringsarenaen.

18.2 Forventningspresset

Dagens ungdommer vokser opp i et moderne risikosamfunn, slik som både Giddens og Beck beskriver det. Ungdommer idag er avhengige av å inneha større literacy innenfor flere ulike arenaer enn tidligere generasjoner på grunn av utfordringene de møter i hverdagen er annerledes enn tidligere. Siden tradisjonelle felleskap slik som familie har blitt erstattet av økt individuell frihet kan individet i større grad velge sine sosiale strukturer. Utfordringene som ungdommer møter består blant annet av utformingen av sine ulike identiteter. Identitet er ikke en statisk enhet, men er fluid og under konstant tolkning og revurdering fra selvet, der individet er i samspill med andre mennesker og ulike sosiale strukturer. Slik er utformingen av identitet en sosial prosess. Den sosiale identiteten blir spesielt utformet i ungdomsårene i interaksjon med andre mennesker og innenfor de gjeldende sosiale strukturene. Individet søker etter verifisering og selvbekreftelse gjennom sosiale forhold med andre mennesker for å kunne oppnå en positiv selvoppfatning eller selvoppfattelse. Dagens moderne samfunn er også et nettverkssamfunn som derfor også omfatter individets sosiale identiteter, ulike livsverdener men også en online identitet. Altså, en digital identitet siden sosiale medier slik som Facebook også fungerer som en sosial struktur og et online samfunn der en er i interaksjon med jevnaldrende, og kan fremstille seg foran et valgt publikum som for eksempel kan være "venner" på Facebook, "følgere" på Twitter, blogger og andre digitale plattformer. Unge må ta hensyn til å utforme alle disse identitetene i tillegg til å utforme en akademisk identitet som skoleelev. Slik legges ungdommer i

risikosamfunnet under et økt press til å utforme sine ulike identiteter under et forventningspress fra ulike hold slik som jevnaldrende, familie og skolen. En av de viktigste arenaene der et forventningspress blir utøvet på ungdom er på skolen, som både er en lærings og en sosial arena. Ettersom akademisk læring og sosial læring er to sider av samme sak blir elevens akademiske prestasjoner og sosiale samhandlingskompetanse vurdert av medelever og knyttet opp mot en standard av hva som er ønskelig eller sosialt akseptabelt. Eleven blir sosialt kategorisert i lys av sine egenskaper og karakteristikk men også vurdert på bakgrunn av utseende og klesstil ettersom dette er symboler som utstråler en forventet atferd. Dette i samspill med individets personlige egenskaper bestemmer om en blir regnet som "kul" eller populær gjennom standardene som brukes i ungdommens sosiale verdener. Ungdomskultur fungerer som et felles begrepet på unge, men selv om det er flere likheter blant ungdommer globalt slik at det kan betegnes som en kultur må en ikke glemme at disse kulturene og ulike livsverdener blir utformet lokalt. Begreper og sosiale merkelapper slik som "nerd", "kul" eller populær er subjektive og blir utformet innenfor de ulike lokale kulturene. Slik kan forskjellige ferdigheter eller egenskaper verdsettes innenfor ulike lokale kulturer, eller sosiale strukturer.

18.3 Tradisjonell eller moderne ungdomskultur?

Noen av ungdommens verdier som Coleman (1961) fremstiller i "The Adolescent Society" gjør seg fortsatt gjeldende i dag, over 50 år etter utgivelsen av Coleman sitt verk. Dette innbefatter blant annet at eksterne attributter slik som klær eller utseende er en viktig del av ungdommens miljø (Coleman, 1961). Unge trenger å foreta refleksive valg av klær siden klesvalg fungerer som artefakter og symboler som kan representerer individets normer, verdier og identitet. Kroppslige uttrykk slik som klesvalg, hårfrisyrer, smykker og lignende blir konstant evaluert av andre unge og knyttet opp mot en standard av hva som er sosialt akseptabelt eller kult innenfor ungdommens sosiale hierarki. Unges livsstil kan sees gjennom valg av klær, fritidsaktiviteter, bruk av forbruksvarer og kroppslige uttrykk (Featherstone, 2007). Slik fungerer livsstil for å uttrykke individets holdninger, normer og verdier. Ifølge Coleman er ungdommers holdninger og verdier ser ut til å reflektere de dominante holdningene i populærkulturen (Coleman, 1961).

Dette kan sees i lys av ungdommens fascinasjon av ulike populærkulturelle fremstillinger, og selv om flere av informantene var opptatt av mote, musikk og sport påvirket dette ikke deres skolesynet. Men Coleman (1961) sine funn om at sosial status er i konkurranse med akademisk læring på skolen er ikke gjeldende blant informantene som deltok i min undersøkelse. På denne ungdomsskolen var popularitet og sosial suksess fullt forenlig med akademisk suksess, og to informanter nevnte at de mest populære elevene var også skoleflinke. Slik er det mulig å være både konge i klasserommet og konge i friminuttene, men det er flere forutsetninger som må ligge til grunn for at en kan prøve å gjøre sitt beste både akademisk og sosialt på skolen.

18.4 Sosial tilhørighet

"Just another kid that's goin' through life. So worried that I won't be accepted" – Drake, Look what you've done (2011)

For ungdommen er sosial tilhørighet og anerkjennelse veldig viktig, derfor er det viktig for unge å søke etter denne aksepten hos andre mennesker, slik som Drake nevner i sangteksten ovenfor. Alle informantene ønsket å bli husket på en positiv måte, og de fleste la også til at de hadde blitt negativt påvirket dersom jevnaldrende vurderte dem som dårlige personer. Flere informanter svarte at de valgte venner på bakgrunn av at de er til å stole på, gir dem støtte og at de kan være seg selv rundt dem. Slik støtte og kjærlighet blant venner gir trygghet i både kjærlighet og den solidariske sfæren som Honneth beskriver, samtidig som en vil bli påvirket av vennegjengen sine normer og verdier. Det er nødvendig for ungdommer å vite at de er trygge blant venner, og slipper å bekymre seg for å bli mobbet eller hengt ut til latter (Imsen, 2005). Siden skolen er både en sosial og læringsarena er det nødvendig med et trygt klasserom, med gode relasjoner mellom elever, god klasseledelse og et miljø som fremmer både akademisk og sosial læring. Slik trenger ikke eleven å bekymre seg for å ikke bli anerkjent av enten jevnaldrende eller skolen, og har dermed tryggheten til å fokusere på akademiske prestasjoner og ha gode sosiale relasjoner til andre elever på skolen. Det er gjerne dersom en elev føler seg marginalisert av skolen, medelever, eller ikke føler seg trygg nok til å spørre om hjelp på grunn av frykten til å feile at

devalueringen av akademiske prestasjoner oppstår. Dette er i samsvar med Maslow sin behovspyramide som vektlegger at individer trenger å få dekket sine behov for trygghet, kjærlighet, sosial tilknytning, anerkjennelse og en positiv selvoppfatning. Der de viktigste fysiologiske behovene som trygghet må dekkes først før en kan dekke de andre behovene. Dermed er et trygt klasserom nødvendig for at ungdommer har selvtilliten til å utfolde seg for å både akademisk og sosialt.

Vedlegg I: Godkjennelse fra NSD

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hårfages gate 29
N-5007 Bergen
Norway
Tel: +47-55 58 21 17
Fax: +47-55 58 96 50
nsd@nsd.uib.no
www.nsd.uib.no
Org.nr. 985 321 884

Solveig Roth
Pedagogisk forskningsinstitutt
Universitetet i Oslo
Postboks 1092 Blindern
0317 OSLO

Vår dato: 08.10.2012

Vår ref: 31254 / 3 / MSI

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 28.08.2012. All nødvendig informasjon om prosjektet forelå i sin helhet 03.10.2012. Meldingen gjelder prosjektet:

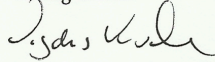
31254	Ungdommens dilemma: Akademisk vinner eller sosial taper?
Behandlingsansvarlig	Universitetet i Oslo, ved institusjonens øverste leder
Daglig ansvarlig	Solveig Roth
Student	Said Hersi

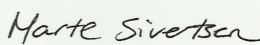
Etter gjennomgang av opplysninger gitt i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon, finner vi at prosjektet ikke medfører meldeplikt eller konsesjonsplikt etter personopplysningslovens §§ 31 og 33.

Dersom prosjektopplegget endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for vår vurdering, skal prosjektet meldes på nytt. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, http://www.nsd.uib.no/personvern/forsk_stud/skjema.html.

Vedlagt følger vår begrunnelse for hvorfor prosjektet ikke er meldepliktig.

Vennlig hilsen


Vigdis Namtvedt Kvalheim


Marte Sivertsen

Kontaktperson: Marte Sivertsen tlf: 55 58 33 48

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Said Hersi, Vestlisvingen 168, 0969 OSLO

Avdelingskontorer / District Offices

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uio.no
TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kyrre.svarva@svt.ntnu.no
TROMSØ: NSD, SVF, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. nsdmaa@svt.uit.no

Personvernombudet for forskning



Prosjektvurdering - Kommentar

Prosjektnr: 31254

Viser til telefonsamtale med Said Hersi 11.09.2012 og epost mottatt 03.10.2012.

Personvernombudet kan ikke se at det i prosjektet behandles personopplysninger med elektroniske hjelpemidler, eller at det opprettes manuelt personregister som inneholder sensitive personopplysninger. Prosjektet vil dermed ikke omfattes av meldeplikten etter personopplysningsloven.

Personvernombudet legger til grunn at man ved transkripsjon av intervjuer eller annen overføring av data til en datamaskin, ikke registrerer opplysninger som gjør det mulig å identifisere enkeltpersoner, verken direkte eller indirekte. Det ligger til grunn for vår vurdering at alle opplysninger som behandles elektronisk i forbindelse med prosjektet er anonyme. Med anonyme opplysninger forstås opplysninger som ikke på noe vis kan identifisere enkeltpersoner i et datamateriale, verken direkte gjennom navn eller personnummer, indirekte gjennom bakgrunnsvariabler eller gjennom navneliste/koblingsnøkkel eller krypteringsformel og kode.

Vedlegg II: Litteraturliste

- Aagre, W. (2003). Ungdomskunnskap: Hverdagslivets Kulturelle Former. Bergen: Fagbokforlaget.
- Beck, C. W. (2009). Hypersosialisering. Vallset: Opplandske Bokforlag.
- Beck, C. W. (2011). Distanse og Nærhet : Ungdomsskoleelevers Forhold til Skolen. Oslo: Pedagogisk forskningsinstitutt.
- Burke, P. & Stets, J.E. (2009). Identity Theory. New York: Oxford University Press.
- Coleman, J. (1961): The Adolescent Society. The Social Life of The Teenager and Its Impact on Education. New York: The Free Press.
- Chouliaraki, L. & Bayer, M. (2001). "Pædagogiske koder og deres praksismodulaliteter". København: Akademisk forlag.
- Dweck, C. (1999). Self-theories. Their role in Motivation, Personality and Development. New York: Psychology Press.
- Erikson, E.H (1969). Ungdommens Identitetskriser. Stockholm: Natur och Kultur.
- Featherstone, M. (2007). Consumer Culture and Postmodernism. London: Sage Publications.
- Ferguson, A.A. (2000) Bad Boys; Public Schools in The Making of Black Masculinity, Ann Arbour: University of Michigan Press
- Fisher, R. ,Harris, A. ,Jarvis, C. (2008). Education in Popular Culture: Telling Tales on Teachers and Learners. London and New York: Routledge.
- Friedman, T. (2006). The World is Flat; The Globalized World in the Twenty-First Century. London: Penguin Group.
- Frønes, I. (1994): De likeverdige : Om Sosialisering og De Jevnaldrendes Betydning. Oslo: Universitetsforlaget.

- Furlong, A. ,Cartmel, F. (2007). Young People and Social Change. Maidenhead: Open University Press.
- Gelder, K. (2005). The Subculture Reader. London: Routledge.
- Gladwell, M. (2002). The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference. New York: Little, Brown and Co.
- Hath, B. (2007). Street Smarts vs. Book Smarts: The Figured Worlds of Smartness in the Lives of Marginalized, Urban Youth. I: The Urban Review, 39/2007, 145-165.
- Hebdige, D. (1979). Subculture; The Meaning Of Style. London & New York: Routledge
- Hoem, A. (2010). Sosialisering. Kunnskap – Identitet. Vallset: Oplandske Bokforlag.
- Holland, D. et al (1998): Identity and Agency in Cultural Worlds, Cambridge. Massachusetts: Harvard University Press.
- Hovdenak, S. Eggen, A., Elstad, E. (2009). Kunnskapsløftet – Fra Ord til Handling Rapport Fra Et Skoleutviklingsprosjekt for Utdanningsetaten i Oslo. Oslo: ILS.
- Hughes, J. A., Martin, P.J. ,Sharrock, W.W. (2003). Understanding Classical Sociology – Marx, Weber, Durkheim. London: SAGE Publications.
- Imsen, G. (2005). Elevens Verden. Oslo: Universitetsforlaget.
- Johansson, T. ,Miegel, F. (1992). Do The Right Thing, Lifestyle and Identity in Contemporary Youth Culture. Stockholm: Almquist and Wiksell International.
- Jones, G. (2009). Youth. Cambridge: Polity.
- King, R. (1983). The Sociology of School Organization; Contemporary Sociology of The School. London & New York: Methuen.
- Lund, T. (2002). Innføring i forskningsmetodologi. Oslo : Unipub.

- Kvale, S. (2007). *Doing Interviews*. Los Angeles: SAGE.
- Mead, G.H. (1974). *Mind, Self and Society*. Chicago: University Press.
- Miles, S. (2000). *Youth Lifestyles in a Changing World*. Birmingham: Open University Press.
- Moore, R. (2004). *Education and Society; Issues and Explanations in the Sociology of Education*. Cambridge: Polity
- Ormrod, J. (2004). *Human Learning*. New Jersey: Merhill Pretice Hall.
- Page, R. (2012). *Stories and Social Media; Identities and Interaction*. London and New York: Routledge.
- Prieur, A. (2002). "Frihet til å forme seg selv?" I: *Køn & Kultur, Kontur* 6/2002, 4-12.
- Richards, K. (2010): *Life*. London: Phoenix.
- Roth, S. (2007). *Media – Et Kulturelt Skattekammer for Unge: Hvordan kommuniserer mediebilder mot unges identitetskonstruksjon?* Oslo: Pedagogisk forskningsinstitutt..
- Rørhus, K. (1993). *Ungdom og Idolpåvirkning; En Teoretisk og Empirisk Studie Av Ungdommens Forhold til Idoler i Massemediene*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Schunk, D., Zimmerman, B.J. (2008). *Motivation and Self-Regulated Learning, Theory, Research and Application*. New York: Lawrence Erlbaum.
- Stafseng, O. (2002). *Pedagogikkens Ungdomsproblem – Ungdommens Pedagogikkproblem*. Oslo: Norsk Pedagogisk Tidsskrift 4/2002,
- Stoute, S. (2011). *The Tanning of America, How Hip-Hop Created a Culture That Rewrote the Rules of the New Economy*. New York: Penguin Group.
- Thornton, S. (1995). *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity.

Williams, P.J. (2011). Subculture Theory ; Traditions and Concepts. Cambridge: Polity.

Worchel, S., Austin, W.G. (1986). Psychology of Intergroup Relations. Chicago: Nelson Hall.

Wortham, S. (2006). Learning Identity; The Joint Emergence of Social Identification and Academic Learning. Cambridge: University Press.

Ziehe, T. (2006). "Post-aftraditionalisering, unges ændrede generationsforhold i dag". København: Billesø & Baltzer.

Østerud, S., Skogseth, S.G. (2008). Å Være På Nett; Kommunikasjon, Identitets og Kompetanseutvikling Med Digitale Medier. Oslo: Cappelen.

Nett:

http://www.udir.no/Upload/Ungdomstrinnet/Rammeverk/Ungdomstrinnet_Bakgrunnsdokument_klasseledelse_vedlegg_1.pdf?epslanguage=no

<http://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2012/10/02/apple-tops-list-of-the-worlds-most-powerful-brands/>

<http://www.nob->

ordbok.uio.no/perl/ordbok.cgi?OPP=slask&bokmaal=+&ordbok=bokmaal